

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені ДМИТРА МОТОРНОГО

Факультет економіки та бізнесу
Кафедра «Економіки і бізнесу»
(назва кафедри)

Освітньо-професійна програма «Туризм»
Галузь знань 24 Сфера обслуговування
Спеціальність 242 Туризм і рекреація
Спеціалізація (за наявності) _____

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри

_____  _____ Лариса
БОЛТЯНСЬКА
(підпис) (ім'я та прізвище)

« 17 » лютого 2025 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему «Перспективи розвитку галузі туризму в Південному регіоні»

Здобувач вищої освіти:
КЮРЧЕВА

_____  _____
(підпис)

Людмила

(ім'я та прізвище здобувача)

Керівник: _____  _____
(підпис)

д.е.н., професор Ірина КОЛОКОЛЬЧИКОВА
(учене звання, науковий ступінь, ім'я та прізвище)

Запоріжжя, 2025 р.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені ДМИТРА МОТОРНОГО

Факультет економіки та бізнесу
Кафедра «Економіки і бізнесу»
(назва кафедри)

Освітньо-професійна програма «Туризм»
Галузь знань 24 Сфера обслуговування
Спеціальність 242 Туризм і рекреація
Спеціалізація (за наявності) _____

ПОГОДЖЕНО
Гарант освітньо-професійної
програми

 Ірина КОЛОКОЛЬЧИКОВА
(підпис) (ім'я та прізвище)
«24» жовтня 2024 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри

 Лариса БОЛТЯНСЬКА
(підпис) (ім'я та прізвище)
«25» жовтня 2024 р.

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ
на підготовку кваліфікаційної роботи для здобувачів
ступеня вищої освіти «Магістр»

здобувача вищої освіти Кюрчевой Людмили
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи «Перспективи розвитку галузі туризму в Південному регіоні»

керівник роботи д.е.н., професор Ірина КОЛОКОЛЬЧИКОВА
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом ректора університету від «21» жовтня 2024 року №491-С

2. Строк подання кваліфікаційної роботи 18 лютого 2025 року

3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи: науково-теоретична література;
статистичні дані України; статистичні дані області; статистична звітність
суб'єкта господарювання

4. Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань, які потрібно розробити):
Вступ.

Розділ 1. Туристично – рекреаційний потенціал галузі півдня України

Розділ 2. Розвиток галузі туризму в Україні

Розділ 3. Перспективи розвитку галузі туризму в південному регіоні

Висновки.

Список використаних джерел.

5. Перелік графічного матеріалу: 28 таблиць, 14 рисунків

6. Дата видачі завдання «25» жовтня 2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів	Відмітка про виконання
1	Затвердження плану роботи	28.10.2024 р.	
2	Розділ 1 <u>Туристично – рекреаційний потенціал галузі</u> <u>півдня</u> <u>України</u>	06.12.2024 р.	
3	Розділ 2 <u>Розвиток галузі туризму в Україні</u>	29.12.2024 р.	
4	Розділ 3 <u>Перспективи розвитку галузі туризму в південному</u> <u>регіоні</u>	31.01.2025 р.	
5	Висновки, список використаних джерел	13.02.2024 р.	
6	Перевірка на плагіат	14.02.2025 р.	

Здобувач вищої освіти
КЮРЧЕВА

(підпис)

Людмила

(ім'я та прізвище)

Керівник кваліфікаційної
роботи

(підпис)

Ірина КОЛОКОЛЬЧИКОВА

(ім'я та прізвище)

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1 ТУРИСТИЧНО – РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ГАЛУЗІ ПІВДНЯ УКРАЇНИ	6
1.1.Теоретичні складові туристично - рекреаційних ресурсів півдня України	6
1.2 Методичні підходи у дослідженні туристично – рекреаційного потенціалу	15
Висновки до розділу 1	23
РОЗДІЛ 2 РОЗВИТОК ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	24
2.1 Сучасний стан та тенденції розвитку галузі туризму в Україні	24
2.2. Кон’юнктура туристичних послуг: особливості формування попиту та пропозиції	33
2.3. Готельний та ресторанний бізнес в Україні	38
Висновки до розділу 2	43
РОЗДІЛ 3 ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ В ПІВДЕННОМУ РЕГІОНІ	44
3.1 Розвиток внутрішнього туризму та його значення	44
3.2 Гастрономічний туризм як перспективний напрям розвитку індустрії гостинності Півдня України	48
Висновки до розділу 3	
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	60

ВСТУП

Туризм як галузь є перспективним напрямом будь – якої країни, особливо, коли вона має відповідні турмистично – рекреаційні ресурси, свою історію, колоритну культуру. Туристична галузь є частиною економіки. Яка дає можливість наповнювати бюджет, а з іншого боку формує імідж та популяризує країну, сприяє залученню інвестицій, обміну знаннями та професійними навичками серед інших країн. Тому то дослідження перспектив розвитку галузі туризму в Україні, особливо в післявоєнний період є актуальним і є підставою для вибору цієї теми кваліфікаційної роботи.

Метою кваліфікаційної роботи є визначення ефективним напрямів розвитку туристичної галузі півдня України. Об'єктом дослідження є процеси формування видів туристичних послуг в галузі півдня України. Предметом дослідження є теоретико-методичні положення та практичні рекомендації формування перспектив розвитку туристичної галузі півдня України.

Основними завданнями кваліфікаційної роботи є: аналіз теоретико – методичних аспектів формування туристично – рекреаційного потенціалу галузі з визначення ресурсів, що її формують та методів дослідження об'єктів дослідження; оцінка розвитку галузі туризму з урахуванням її південного регіону з визначенням: суб'єктів туристичного бізнесу, показників їх економічної діяльності, попиту та пропозиції; розробка пропозицій щодо перспективних напрямів різних видів надання туристичних послуг.

Основними методами дослідження є: монографічний, системного та комплексного аналізу, маркетингові та соціологічні методи тощо.

Джерелами інформації для проведення дослідження виступають: статистичні збірники, довідники, Туристичний барометр, результати соціологічних опитувань туристичних агенцій, фахові публікації українських вчених на задану тематику.

Кваліфікаційна робота має 3 розділи, вступ, висновки та пропозиції, список використаних джерел літератури. Загальний обсяг 64 сторінки. Інформація систематизовано та представлена графічно у 28 таблицях та 14 рисунків. Список використаних джерел інформації містить 52 джерела.

РОЗДІЛ 1

ТУРИСТИЧНО – РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ГАЛУЗІ ПІВДНЯ УКРАЇНИ

1.1. Теоретичні складові туристично - рекреаційних ресурсів півдня України

Туристична галузь у багатьох країнах світу є пріоритетним напрямом розвитку не лише етнічної культури, а й національної / регіональної економіки в цілому. Це передусім зумовлено її динамічністю, високою прибутковістю та великим позитивним соціально- економічним і культурним впливом туризму на розвиток регіональної соціальної політики. Адже, як показує досвід, розвиток туризму створює необхідні умови для підвищення рівня мобільності та зайнятості населення країни, сприяє стабільному економічному зростанню економіки, раціональному використанню об'єктів культурної та природно-ресурсної спадщини тощо. При цьому, туристична галузь є специфічним і досить складним об'єктом державного управління. Ситуація, яка склалася в туристичній сфері останнім часом, вимагає від держави активного пошуку засобів подолання кризових явищ, інтенсифікації виробництва туристичного продукту із забезпеченням необхідної якості та ефективної реалізації наявного туристичного потенціалу [1. С. 59-64.].

Туристична галузь є не вагомим регулятором формування іміджу країни та покращення фінансового становища. За словами Самодай В.П. «Різноманітні підходи та дослідження даної тематики ще раз підкреслюють актуальність цієї проблематики, оскільки наявність туристичного потенціалу є важливим чинником для розвитку туристичного бізнесу. Туризм стає однією з найбільш прибуткових та перспективних галузей у сучасному світі. Успіх туристичної індустрії країни прямо залежить від ефективного використання її туристичного потенціалу, який є ключовим для формування та розвитку туристичної діяльності. Крім того, правильне використання туристичного потенціалу може сприяти консолідації суспільства» [2].

Такі вчені як О.О. Бейдик, П.О. Масляк, О.О. Любіцева, Н.В. Фоменко, Л. М. Воловик, А.М. Полтавець, Н.О. Алешугіна, М.П. Мальська, Г.В. Горин, І.В. Смаль, О.В. Кифяк внесли значний вклад в дослідження туристично –

рекреаційного потенціалу. Також, український науковець Алешугіна Н.О. та Бойко А.С. зазначають, що «рекреаційно-туристичний потенціал території – це сукупність її природних та суспільно-історичних ресурсів, а також наявної господарської і комунікаційної інфраструктури території, її іміджу, які слугують чи можуть слугувати передумовами розвитку певних видів туризму. Оцінка рекреаційно-туристичного потенціалу є важливою для розвитку туризму та рекреації. Цей процес включає аналіз та визначення різних факторів, що впливають на рекреаційні можливості на певній території. Оцінка рекреаційного потенціалу є корисною не лише при формуванні стратегій розвитку туризму та рекреації, але й при вирішенні питань сталого використання природних ресурсів та збереження навколишнього природного середовища» [3].

За словами Скупського Р.М.: «у сфері туризму за останнє десятиліття відбуваються істотні зміни, які відображають серйозні процеси соціально-економічних і політичних перетворень. Туризм став привабливою галуззю для підприємництва. Туристичний бізнес в Україні знаходиться на стадії структурної перебудови, інституційного становлення, формування внутрішньогалузевих, міжгалузевих, міжрегіональних і зовнішньоекономічних зв'язків. Удосконалюється туристична інфраструктура, формується відповідний сегмент ринку праці, створюється нова система державного регулювання туристичної діяльності. Виникають нові підходи до формування державної політики у сфері туризму, поступово стає пріоритетним національним завданням....В новітніх умовах регулювання розвитку туристичної індустрії на державному рівні у сфері інновацій перш за все передбачає: збільшення валового національного доходу від рекреаційно-туристичної діяльності; забезпечення населення робочими місцями; захист споживача туристичних послуг; організацію рекреаційно-туристичної діяльності на засадах визначеної розумної («смарт»-) спеціалізації; збереження і охорони рекреаційно-туристичних ресурсів тощо» [4].

Туристична діяльність це діяльність суб'єктів туристичного бізнесу по наданню послуг сфери обслуговування. Оперувати можна достатньо великою кількістю категорій які безпосередньо стосуються суб'єктів діяльності:

туроператори, турагенти та видами туристичних послуг: масовий туризм, внутрішній туризм тощо.

Взагалі визначені категорії прописані у відповідному переліку законодавчих актів, так, Закон України про туризм визначає наступні базові категорії:

Таблиця 1.1.

Категорійний апарат Закону про туризм [5]

Категорія	Зміст
туризм	тимчасовий виїзд людини з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних або професійно-ділових цілях без зайняття оплачуваною діяльністю
турист (мандрівник)	особа, яка здійснює подорож по Україні або в іншу країну з різною, не забороненою законом країни перебування, метою на термін від 24 годин до шести місяців без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та з зобов'язанням залишити країну або місце перебування у зазначений термін
туристична діяльність	діяльність з надання різноманітних туристичних послуг відповідно до вимог цього Закону та інших актів законодавства України
екскурсійна діяльність	діяльність по організації подорожей, що не перевищують 24 годин, у супроводі фахівця-екскурсовода за заздалегідь складеними маршрутами з метою ознайомлення з пам'ятками історії, культури, природи, музеями, з визначними місцями тощо

Також за цим законом визначено і поняття «туристичні ресурси» як відповідна сукупність природно-кліматичних, оздоровчих, історико-культурних, пізнавальних та соціально-побутових ресурсів відповідної території, які задовольняють різноманітні потреби туриста [5].

Однак, на нашу думку туристичні ресурси як визначена категорія згідно закону не має повного широкого значення, тому що при наданні туристичних послуг формується взаємозв'язок як суб'єкта послуги та і його споживача. Ось чому на сьогодні вже виходить більш ширша категорія «туристично – рекреаційні ресурси», які в свою чергу включають складову рекреаційних ресурсів, а саме: «компоненти природного середовища і феномени національного характеру, які, завдяки певним рисам, можуть бути використанні

для організації рекреаційної діяльності. Для рекреаційних ресурсів характерна національно просторова і часова відносність. У цілому, для рекреаційних ресурсів характерна контрастність із звичайним середовищем мешкання людини і поєднання різних природних і культурних середовищ. Рекреаційним ресурсом визначається, чи не будь-яке місце, яке відповідає таким двом критеріям: місце відрізняється від звичайного середовища мешкання людини; представлено поєднання двох і більше різних у природному відношенні середовищ» [6].

Таким чином туристично – рекреаційні ресурси – це елементи природного середовища та їх територіальні поєднання, які мають характеристики, сприятливі для туристично-рекреаційної діяльності, і можуть слугувати матеріальною основою для організації лікування, оздоровлення, відпочинку, туризму та розвитку.

Південь України відомий сприятливими природно-кліматичними умовами, які роблять його популярним туристичним напрямком, особливо в літній період. Південь України має помірно континентальний клімат із теплим літом. У літній період середня температура коливається від +25°C до +35°C, що ідеально підходить для пляжного відпочинку. Літо зазвичай сухе, з невеликою кількістю опадів, що забезпечує сонячну погоду протягом більшості днів.

До основних характеристик можна віднести, табл. 1.2.: орієнтир на пляжний відпочинок, екотуризм, лікувальні можливості відновлення фізичного та ментального здоров'я.

Таблиця 1.2

Популярні туристичні напрями півдня України

Природні особливості	Туристичні можливості
1. Чорне та Азовське моря: узбережжя з піщаними пляжами та теплими водами створює відмінні умови для купання, водних видів спорту та відпочинку на березі. 2. Степові зони: сприяють розвитку екотуризму та активного відпочинку: кемпінги та сафари. 3. Лікувальні ресурси: мінеральні джерела та грязі в курортних зонах: таких як Скадовськ і Генічеськ	1. Пляжний відпочинок: Залізний Порт, Кирилівка, Бердянськ та інші курорти приваблюють туристів чистими пляжами та розвиненою інфраструктурою. 2. Активний туризм: Віндсерфінг, кайтсерфінг та риболовля популярні в прибережних районах. 3. Культурний туризм: Можна відвідати історичні міста, такі як Одеса та Херсон, які поєднують пляжний відпочинок із культурними екскурсіями.

Джерело: розроблено автором

Південь України за своїм потенціалом дозволяє надавати широкий асортимент туристичних послуг та використовувати практично усі види туризму, а саме, табл. 1.3.

Таблиця 1.3.

Популярні види туризму Півдня України

	Вид туризму	Напрямки відпочинку
1	Пляжний туризм	1) Відпочинок на узбережжі Чорного та Азовського морів (Залізний Порт, Скадовськ, Кирилівка, Бердянськ). 2) Купання, засмагання, прогулянки на катамаранах та яхтах.
2	Оздоровчий та лікувальний туризм	1) Санаторії та оздоровчі комплекси з мінеральними водами та лікувальними грязями (Арабатська Стрілка, Скадовськ). 2) СПА-процедури, реабілітаційні програми.
3	Активний і спортивний туризм	1) Віндсерфінг, кайтсерфінг, дайвінг та водні види спорту. 2) Піші та велосипедні тури в степових зонах та заповідниках (Асканія-Нова). 3) Риболовля на Дніпрі, Чорному та Азовському морях.
4	Екотуризм	1) Відвідування заповідників і національних парків (Асканія-Нова, Джарилгач). 2) Спостереження за птахами, сафарі-тури, кемпінги.
5	Культурно-історичний туризм	1) Екскурсії до історичних міст (Одеса, Херсон, Миколаїв). 2) Відвідування археологічних пам'яток, музеїв та культурних фестивалів.
6	Гастрономічний туризм	1) Дегустація локальних страв та вин у виноробних господарствах Одеської та Херсонської областей. 2) Відвідування фермерських ярмарків та фестивалів їжі.
7	Подієвий туризм	3) Участь у музичних, культурних та спортивних фестивалях (Джаз-фестиваль в Одесі, кінофестивалі, яхтові регати).
8	Етнографічний туризм	4) Знайомство з традиціями та культурою народів Півдня України (болгари, греки, кримські татари). 5) Відвідування етнографічних сіл та майстер-класів народних ремесел.
9	Релігійний туризм	6) Відвідування старовинних храмів, монастирів (Свято-Покровський храм в Одесі, Греко-католицькі церкви в Херсоні).
10	Круїзний туризм	7) Морські круїзи вздовж узбережжя Чорного моря. 8) Річкові круїзи по Дніпру з відвідуванням історичних місць.
11	Молодіжний та розважальний туризм	9) Нічні клуби, аквапарки, розважальні центри в Одесі та інших курортних містах. 10) Музичні фестивалі та пляжні вечірки.

Джерело: розроблено автором

Як бачимо з інформації табл. 1.3 Південь України пропонує багатий вибір туристичних можливостей, які задовольняють інтереси різних категорій відпочивальників. Щодо об'єктів культурної спадщини, які цікавлять туристів

культурно – історичного та етнографічного туризму, цей регіон має свої потужності, а саме, табл. 1.3 - 1.7.

Таблиця 1.4

Кількість музеїв за регіонами (одиниць) [7]

Регіон	Станом на 2017рр.
Запорізька область	23
Миколаївська область	12
Одеська область	14
Херсонська область	9
Разом південь України	58

Усього по Україні зареєстровано 574од музеїв, на музеї південного регіону приходить 10%. Це висока питома вага, тому що 4 області мають такий відсоток музеїв. Це звісно піднімає авторитет регіону як скарбницю культурної та історичної спадщини. Згідно статистичним даним Туристичного барометру [7] 2021 – 2022 по Запорізькій, Херсонській та Миколаївських областях музеї історичні, художні та комплекси, по Одеській – історичні, літературні, художні, мистецькі і комбіновані.

Таблиця 1.5

Основні характеристики культурних об'єктів за регіонами на кінець 2017 року

[7]

Регіони	Кількість об'єктів, од	У тому числі		
		природні заповідники	біосферні заповідники	національні природні парки України
Україна	77	19	5	53
Запорізька область	2	—	—	2
Миколаївська область	3	1	—	2
Одеська область	3	—	1	2
Херсонська область	7	—	2	5
Разом південь	15	1	3	11

З даних таблиці 1.5 видно, що південь України має 15 об'єктів культурної спадщини, серед яких є 1 природний заповідник в Миколаївській області, 1 біосферний заповідник в Одеській та 2 в Херсонській областях та 11

національних природних парків, переважна більшість яких в Херсонській області. Природні заповідники створюються з метою збереження унікальних природних комплексів та підтримання біорізноманіття. Вони є важливими осередками наукових досліджень та моніторингу екосистем.

Характеристика деяких національних природних парків, кожен з яких має свої унікальні природні особливості та екосистеми представлено у табл. 1.6.

Таблиця 1.6.

Національні парки півдня України

Область	Рекреація
Запорізька область	Приазовський національний природний парк. Розташований на території Бердянського, Мелітопольського, Приазовського та Якимівського районів, а також міст Бердянськ і Мелітополь. Парк охоплює прибережні зони Азовського моря, лимани та степові ділянки, що створює різноманітні умови для флори та фауни.
Миколаївська область	Білобережжя Святослава. Парк розташований на Кінбурнському півострові та прилеглих акваторіях. Він відомий своїми піщаними дюнами, солончаковими озерами та лісовими масивами. Територія є важливим місцем для гніздування птахів та збереження рідкісних видів рослин.
Одеська область	Нижньодністровський національний природний парк. Розташований у дельті річки Дністер, парк включає водно-болотні угіддя, заплавні ліси та озера. Це ключова територія для міграції та гніздування багатьох видів птахів, а також місце проживання рідкісних видів риб та ссавців.
Херсонська область	Азово-Сиваський національний природний парк. Охоплює території навколо озера Сиваш та узбережжя Азовського моря. Парк відомий своїми солончаковими ландшафтами, степами та водно-болотними угіддями. Він є важливим місцем для відпочинку та гніздування перелітних птахів.
	Джарилгацький національний природний парк. Розташований на острові Джарилгач та прилеглий акваторії Чорного моря. Парк характеризується піщаними пляжами, солончаками та степовими ділянками. Він є місцем проживання багатьох рідкісних видів рослин і тварин, а також популярним місцем екотуризму.

Джерело: розроблено автором

У Запорізькій, Миколаївській, Одеській та Херсонській областях функціонують різні природоохоронні установи, такі як ботанічні сади, зоопарки та природні заповідники. Кожна з цих установ відіграє важливу роль у збереженні біорізноманіття, наукових дослідженнях та екологічній освіті. Ботанічні сади є науково-дослідними та культурно-просвітницькими закладами, де накопичуються колекції рослин з метою їх вивчення, збереження, культивування та акліматизації. Вони сприяють збереженню генофонду рослинного світу та проводять освітні заходи для підвищення екологічної свідомості населення. Зоопарки займаються утриманням, розмноженням та вивченням тварин у неволі. Вони виконують освітню та рекреаційну функції, а також беруть участь у програмах збереження рідкісних та зникаючих видів. Нижче наведено деякі приклади таких установ у зазначених областях, табл. 1.7.

Таблиця 1.7

Ботанічні сади, заповідники та інші суб'єкти туристичної інфраструктури
півдня України

Область	Рекреація
Запорізька область	Запорізький міський ботанічний сад: Заснований у 1958 році, сад має колекцію з понад 4 500 видів рослин та виконує важливу роль у наукових дослідженнях та екологічній освіті.
Миколаївська область	Миколаївський зоопарк: Один із найстаріших зоопарків України, заснований у 1901 році. Він відомий своєю великою колекцією тварин та активною участю у міжнародних програмах збереження видів.
Одеська область	Одеський ботанічний сад ОНУ імені І. І. Мечникова: Заснований у 1867 році, сад має багату колекцію тропічних та субтропічних рослин і є важливим науковим центром.
	Природний заповідник "Дністровські плавні": Створений для збереження унікальних водно-болотних угідь дельти Дністра, є місцем проживання багатьох рідкісних видів птахів та інших тварин.
Херсонська область	Біосферний заповідник "Асканія-Нова": Один із найвідоміших заповідників України, заснований у 1898 році. Він включає степові екосистеми, дендропарк та зоопарк, де зберігаються рідкісні види флори та фауни.

Джерело: розроблено автором

Ці установи не лише сприяють збереженню природної спадщини, але й виконують важливу освітню та наукову функції, підвищуючи екологічну свідомість суспільства та сприяючи сталому розвитку регіонів.

Однак наряду зі значним туристично – рекреаційним потенціалом на сьогодні є низка проблем, які уповільнюють темпи розвитку галузі не тільки на півдня України, а її по всій державі, а саме:

1. Відставання в модернізації транспортної та інженерної інфраструктури в окремих регіонах порівняно зі зростанням інтересу туристів до цих територій. Ситуацію ускладнює виражена сезонність попиту.
2. Низька туристична активність населення, що обумовлено високою вартістю послуг і транспортними обмеженнями, особливо в віддалених районах. Останні два роки ситуація погіршилася через карантинні обмеження.
3. Низька впізнаваність туристичних брендів та недосконалість у розробці бренд-платформ.
4. Брак достовірної інформації про можливість самостійного планування подорожей та придбання окремих елементів туристичного продукту в різних регіонах країни.
5. Недостатній рівень сервісного супроводу туристичних послуг, зокрема на етапі прийняття рішення про покупку.
6. Невідповідність якості та вартості туристичних послуг очікуванням споживачів, що часто пов'язано з недостатньою кваліфікацією персоналу туристичних об'єктів.
7. Низька транспортна доступність і недостатня безпека туристичних дестинацій.
8. Перевага самостійного туризму серед туристів, які подорожують Україною.
9. Поганий стан туристичних об'єктів, особливо архітектурної спадщини.
10. Відсутність системної державної підтримки у розвитку туристичної сфери.
11. Високий рівень тінізації туристичної галузі в регіонах і нецільове використання коштів від туристичного збору.

1.2. Методичні підходи у дослідженні туристично – рекреаційного потенціалу

Дослідження туристично-рекреаційного потенціалу потребує комплексного підходу, який включає використання різноманітних методів та інструментів аналізу. Основні методичні підходи включають.

1. Теоретичний підхід. Цей підхід передбачає вивчення теоретичних основ, концепцій та моделей, пов'язаних із туристично-рекреаційною діяльністю. Теоретичний підхід є основою для вивчення та аналізу розвитку туристичної галузі. Він базується на вивченні концептуальних засад, наукових теорій, моделей і принципів, які пояснюють закономірності розвитку туризму, а також визначають чинники, що впливають на його динаміку. До основних методів належать:

- аналіз наукової літератури: огляд теорій, концепцій, визначення основних понять, як українських так і закордонних науковців, звітів міжнародних організації, звітів туристичних операторів, звітів соціологічних опитувань.
- порівняльний аналіз: порівняння різних підходів до оцінки туристично-рекреаційного потенціалу в різних регіонах або країнах.

Теоретичний підхід полягає у використанні наукових концепцій, гіпотез та моделей для систематизації знань про туристичну галузь. Він дозволяє визначити основні поняття та категорії, такі як «туристичний потенціал», «туристична дестинація», «туристичний продукт», «туристичний ринок» тощо; зрозуміти закономірності розвитку туризму на різних етапах економічного, соціального та культурного розвитку суспільства; структурувати знання про фактори, які впливають на туристичний попит і пропозицію; формувати стратегії розвитку туризму на основі наукових моделей і теорій.

2. Метод системного аналізу. Цей підхід передбачає розгляд туристично-рекреаційного потенціалу як цілісної системи, що складається з окремих компонентів (природних, культурних, соціальних, економічних). Методи включають:

- структурно-функціональний аналіз: дослідження взаємозв'язків між елементами туристично-рекреаційної системи.

- факторний аналіз: визначення факторів, які впливають на розвиток туристичного потенціалу (природні умови, інфраструктура, попит).

Серед методів системного підходу поширеним є факторний аналіз, який представляє собою багатовимірний статистичний метод, який використовується для вивчення взаємозв'язків між великою кількістю змінних з метою зведення їх до меншої кількості прихованих факторів. Ці фактори пояснюють спільні закономірності та залежності, які існують між змінними, спрощуючи структуру даних. Основна мета факторного аналізу — виявити приховані (латентні) фактори, які впливають на спостережувані змінні. Завдання включають: зниження розмірності даних, зведення великої кількості змінних до меншої кількості факторів без значної втрати інформації; виявлення прихованих структур: визначення факторів, які пояснюють спільну варіативність серед змінних; інтерпретація взаємозв'язків: виявлення закономірностей та зв'язків між змінними, які не є очевидними при поверхневому аналізі; створення індексів або шкал: конструювання нових узагальнених показників (індексів), які можна використовувати для подальшого аналізу. Прикладами застосування факторного аналізу в туризмі є виявлення основних мотивів подорожей та факторів вибору туристичних destinations. Перевагами цього методу є: знижує розмірність даних, зберігаючи інформацію; виявляє приховані структури та закономірності; дозволяє будувати індекси та шкали для подальшого аналізу. До недоліків можна віднести: високі вимоги до якості даних (нормальність, відсутність пропусків); результати залежать від вибору методу факторизації та обертання; інтерпретація факторів може бути суб'єктивною.

3. Економіко-статистичні методи. Вони застосовується для оцінки економічної ефективності використання туристично-рекреаційного потенціалу. Основні методи:

- статистичний аналіз: обробка даних про туристичний потік, доходи від туризму, зайнятість у туристичній сфері.
- економіко-математичне моделювання: прогнозування розвитку туризму за допомогою математичних моделей.

- SWOT-аналіз: виявлення сильних і слабких сторін, можливостей і загроз розвитку туристичного потенціалу.

Прикладом SWOT-аналіз є аналіз туристичного потенціалу України, таблиця 1.8.

Таблиця 1.8

SWOT-аналіз туристичного потенціалу України

Сильні сторони (Strengths):	Слабкі сторони (Weaknesses):
Багата культурна спадщина: велика кількість історичних пам'яток, музеїв, архітектурних об'єктів (Київ, Львів, Одеса). Природні ресурси: Карпати, Чорне та Азовське моря, національні парки, заповідники (Асканія-Нова, Шацькі озера). Розвинені сегменти туризму: культурно-історичний, екотуризм, оздоровчий та гастрономічний туризм. Гостинність місцевого населення: високий рівень доброзичливості та гостинності. Конкурентна цінова політика: відносно невисокі ціни на проживання, харчування та послуги порівняно з європейськими країнами. Зростаючий внутрішній туризм: підвищення інтересу українців до подорожей всередині країни. Динамічний розвиток IT-інфраструктури: поява онлайн-платформ для бронювання та просування туристичних продуктів.	Недостатньо розвинена інфраструктура: слабка транспортна інфраструктура (дороги, аеропорти, залізниця). Низький рівень сервісу: недостатня якість обслуговування в готелях, ресторанах та туристичних об'єктах. Низька впізнаваність туристичних брендів: слабкий міжнародний імідж туристичних дестинацій України. Недосконалість законодавства: відсутність чіткої законодавчої бази для розвитку туристичної індустрії. Відсутність системного маркетингу: обмежена кількість маркетингових кампаній на міжнародних ринках. Низький рівень підготовки кадрів: Недостатня кваліфікація персоналу у сфері туризму та гостинності. Сезонність туризму: нерівномірний туристичний потік протягом року (пікові навантаження влітку). Відсутність державної підтримки: Недостатнє фінансування та підтримка з боку держави.
Можливості (Opportunities):	Загрози (Threats):
Розширення міжнародного співробітництва: співпраця з ЄС та іншими країнами для розвитку туризму. Зростання інтересу до екотуризму та сільського туризму: розвиток зеленого туризму в Карпатах та на Поліссі. Популяризація гастрономічного туризму: просування національної кухні як унікального туристичного продукту. Діджиталізація: використання цифрових технологій для просування туристичних продуктів (онлайн-бронювання, віртуальні тури). Збільшення авіасполучень: розширення маршрутної мережі лоукостерів. Розвиток подієвого туризму: організація міжнародних фестивалів, концертів та спортивних заходів.	Політична нестабільність та воєнний конфлікт: негативний вплив на імідж країни та безпеку туристів. Економічна нестабільність: коливання курсу валют, інфляція, зниження купівельної спроможності. Конкуренція з боку сусідніх країн: зростання популярності туристичних напрямків у Польщі, Туреччині, Грузії. Екологічні проблеми: забруднення навколишнього середовища, знищення природних ресурсів. Пандемії та глобальні кризи: обмеження подорожей через епідемії або світові економічні кризи. Застаріла туристична інфраструктура: нерозвинена транспортна та готельна інфраструктура.

Розвиток медичного туризму: використання ресурсів для лікувально-оздоровчого туризму (мінеральні води, лікувальні грязі). Залучення інвестицій: можливості для залучення міжнародних інвестицій у туристичну інфраструктуру. Підвищення інтересу до внутрішнього туризму: сприяння популяризації подорожей всередині країни.	Збільшення тінізації ринку: нелегальний бізнес у туристичній сфері, що негативно впливає на економіку. Зміна туристичних вподобань: переорієнтація туристів на нові тренди (цифровий номадизм, staycation).
---	---

Джерело: розроблено автором

4. Просторово-географічний підхід. Він використовується для аналізу просторової організації туристично-рекреаційних ресурсів. Методи включають:

- картографічний аналіз: створення тематичних карт для візуалізації туристичних ресурсів, інфраструктури, туристичних потоків;
- геоінформаційні системи (ГІС): аналіз просторових даних для вивчення туристичної привабливості територій;
- територіальне зонування: визначення рекреаційних зон з урахуванням природно-кліматичних умов та інфраструктури.

Прикладом просторово – географічного підходу є складання тематичних карт маршрутів, наприклад, рис.1.1.



Рис. 1.1. – Приклад туристичного маршруту по Одеській області [8]



Рис. 1.2. Приклад туристичного маршруту по Запорізькій області [9]

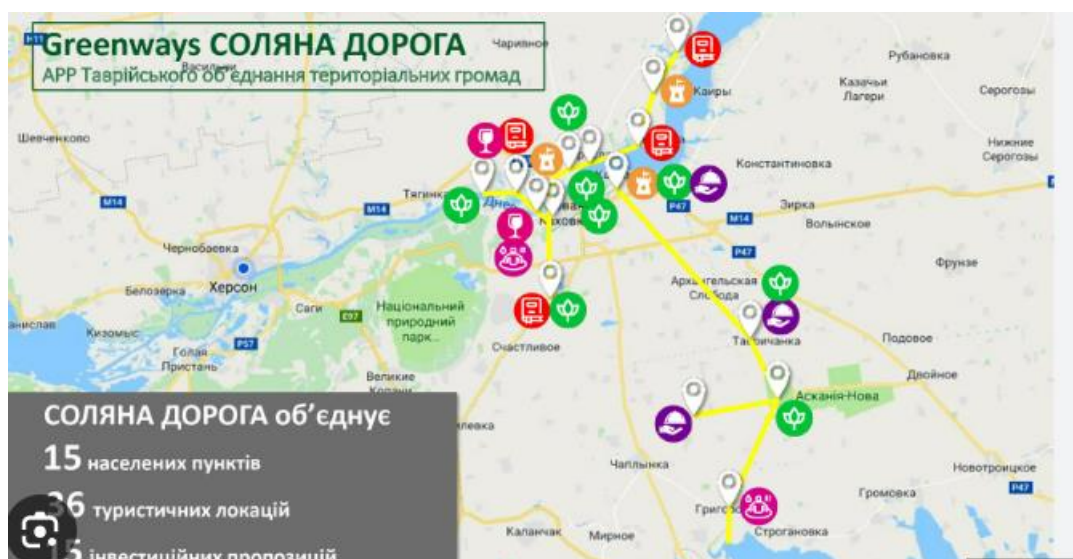


Рис. 1.3. Соляна дорога Херсонщини [10]

Прикладом територіального зонування Запорізької області можна вважати:

- Приазовська рекреаційна зона (південна частина області, узбережжя Азовського моря (Бердянськ, Приморськ, Кирилівка);
- Запорізька історико-культурна зона (острів Хортиця — історико-культурний комплекс, пов'язаний з історією козацтва, музей Запорозького козацтва, реконструкції козацьких поселень, народні фестивалі, фестивалі історичної реконструкції, козацькі забави, культурні заходи);

- екотуристична зона Великого Лугу та Дніпровських плавнів (Запорізький та Василівський райони, території вздовж Дніпра; маршрути по природним територіям, національним паркам та заповідникам);

- Кам'янсько-Дніпровська археологічна зона (Кам'янсько-Дніпровський район, відвідування археологічних пам'яток скіфської культури та античних поселень);

- Сільський та агротуризм в Запорізькій області (сільські території Оріхівського, Мелітопольського та Токмацького районів; проживання в агросадибах, участь у сільськогосподарських роботах, знайомство з місцевою культурою; дегустація місцевих страв, участь у кулінарних майстер-класах).

5. Соціологічний підхід. Використовується для вивчення споживчих переваг, мотивації та поведінки туристів. Основні методи:

- опитування та анкетування: вивчення уподобань туристів, рівня задоволеності туристичними послугами;

- інтерв'ю та фокус-групи: отримання глибинної інформації про сприйняття туристичних DESTINATIONS;

- соціологічний моніторинг: аналіз динаміки попиту на туристичні продукти.

Важливим є складання анкети для респондента – споживача туристичних послуг. Обов'язково треба врахувати тип анкети, тип запитання, цілі та методи дослідження. Збір інформації під час опитувань ускладнюється, якщо не відпрацьовано формалізованого механізму її реєстрації. У дослідженнях, під час яких планується провести велику кількість опитувань, необхідно мати уніфікований метод реєстрації інформації. Його забезпечує використання в роботі анкет. Кодувальники зможуть швидко опрацювати стандартні анкети і виконати покладене на них завдання [11].

6. Екологічний підхід. Оцінює вплив туристичної діяльності на навколишнє середовище. Методи включають:

- екологічний моніторинг: оцінка стану природних ресурсів та екосистем.

- аналіз екологічного навантаження: визначення меж допустимого туристичного навантаження на природні території.

- оцінка екологічної стійкості: аналіз можливостей збереження природних комплексів при розвитку туризму.

Екологічний моніторинг проводить Міністерство захисту довкілля та природних ресурсів України [12]. Також кожна область має свій екологічний паспорт, наприклад паспорту Запорізької області де міститься загальна інформація, фізико – географічні характеристики, перелік екологічно – небезпечних об'єктів, показники рівня основних забруднювачів [13]. Рівень усіх показників впливає на вибір туру потенційного споживача туристичних послуг.

7. Маркетинговий підхід. Він спрямований на дослідження попиту, позиціонування туристичного продукту та просування туристичних дестинацій. Методи:

- аналіз ринку: дослідження сегментації ринку, конкурентного середовища;
- маркетингові дослідження: опитування, анкетування, аналіз відгуків туристів;
- позиціонування та брендинг: оцінка впізнаваності туристичних брендів, ефективності рекламних кампаній.

8. Комплексний підхід. Він поєднує різні методи для отримання всебічної оцінки туристично-рекреаційного потенціалу. Наприклад:

- метод бальної оцінки: комплексна оцінка привабливості туристичних об'єктів за бальною шкалою;
- SWOT- та PEST-аналіз: оцінка внутрішніх та зовнішніх факторів впливу на розвиток туризму.
- моделювання сценаріїв: прогнозування розвитку туризму в залежності від різних умов.

В цілому в методологічному плані основними концепціями дослідження розвитку туризму є наступні підходи та теорії, таблиця 1.9.

Застосування вищезгаданих методів дозволяє здійснити комплексну оцінку туристично-рекреаційного потенціалу, виявити проблеми та перспективи розвитку туризму, а також сформулювати стратегії для підвищення привабливості туристичних дестинацій.

Підходи, концепції теорії та моделі дослідження розвитку туризму в науковому контексті

Підхід	Концепція або теорія
Географічний підхід	Теорія туристичних дестинацій (Батлер, 1980) – пояснює життєвий цикл туристичних дестинацій від зародження до занепаду. Модель туристичного потоку – аналізує напрями переміщення туристів та чинники, що впливають на них (географічна віддаленість, транспортна доступність).
Економічний підхід	Теорія мультиплікатора туризму – аналізує вплив витрат туристів на економіку регіону, зокрема на зростання доходів і зайнятість. Теорія попиту та пропозиції – вивчає фактори, що впливають на туристичний попит (дохід, ціна, уподобання) і пропозицію (інфраструктура, послуги). Модель туристичного кластера (М.Портер) – аналізує взаємодію підприємств туристичної галузі та формування конкурентних переваг.
Соціологічний підхід	Теорія мотивації подорожей (Плог, 1974) – класифікує туристів за типами особистості: психоцентричні (консервативні) та алоцентричні (любители пригод). Теорія соціального обміну – аналізує взаємодію між туристами та місцевим населенням, вплив туризму на соціальні відносини. Теорія етапів туристичної участі (Стенлі Плог) – описує розвиток туристичних потоків від новаторів до масового туризму.
Культурологічний підхід	Теорія крос-культурної взаємодії – досліджує обмін культурними цінностями між туристами та місцевими жителями. Концепція автентичності туристичного досвіду – аналізує сприйняття туристами автентичності культурних об'єктів.
Поведінковий підхід	Теорія споживчого вибору – досліджує процес прийняття рішень туристами під впливом маркетингових факторів. Модель поведінки туристів (Nicosia, Howard-Sheth) – описує процеси пошуку інформації, прийняття рішень, задоволеності від подорожі.

Джерело: розроблено автором

Висновки до розділу 1

Дослідження туристично – рекреаційного потенціалу туристичної галузі півдня України призводить до формування наступних узагальнених висновків.

Туристична галузь є пріоритетною галуззю України, яка має відповідні ресурси і потенціал, а також тим самим формує позитивний імідж держави на міжнародній арені. Задля сприяння розвитку галузі сформована уся необхідна правова база, визначено зміст таких категорій як: туризм, турист, туристична діяльність, екскурсійна діяльність тощо. Туристичні суб'єкти бізнесу працюють в правовому полі.

Сприятливі природно – кліматичні умови Україні дають можливість реалізовувати практично усі види туризму (пляжний та гірський відпочинок, види активного туризму, культурологічний туризм, релігійний тощо).

Аналіз туристично – рекреаційних ресурсів півдня України підтверджує достатню кількість музеїв, природних та біосферних заповідників, національних парків, ботанічних садів.

З методичної точки зору – дослідження показників діяльності туристичної галузі можливо за рахунок використання наступних методів та підходів: теоретичного підходу з використанням аналізу та порівняння наукових публікації заданого напрямку; методу системного аналізу з метою визначення комплексності розвитку системи, структурно – функціональних зав'язків, впливу факторів; економіко – статистичного та математичного методів для визначення тенденцій змін загальних показників, які характеризують розміри галузі та ефективність її роботи.

РОЗДІЛ 2

РОЗВИТОК ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1. Сучасний стан та тенденції розвитку галузі туризму в Україні

Туризм в Україні є одною з провідних галузей, яка до повномасштабної війни набувало перспективного розвитку. Ця галузь важлива для країни. Багато науковців приходять до висновків щодо актуальності розвитку цієї галузі в сталому розвитку України, а саме: «по-перше, туризм є важливим чинником економічного зростання, що сприяє створенню нових робочих місць, залученню інвестицій та підвищенню рівня добробуту населення. По - друге, туризм впливає на збереження та розповсюдження культурної спадщини, стимулює зацікавленість у збереженні природних ресурсів та екосистем. Туризм сприяє розумінню, толерантності та екологічній свідомості, оскільки він забезпечує взаємодію з різноманітними культурами та екологічними умовами. По-третє, в умовах викликів, таких як воєнний стан або інші складні ситуації, туризм може бути не лише джерелом доходу, але й інструментом для відновлення та розвитку регіонів, що потребують підтримки. Таким чином, туризм у контексті сталого розвитку є важливим чинником, що сприяє всебічному розвитку країни, оскільки він має позитивний вплив не лише на економіку, але й соціокультурну сферу та екологію» [14].

Дослідження розвитку галузі є обґрунтованим при використанні показників розмірів туристичних потоків, представлених в табл. 2.1. За період з 2016 по 2022р.р. в Україні відмічалось стрімке зменшення туристичних потоків. Так, якщо у 2016р. кількість в'їзних громадян в Україну становило 13333096 ос., то станом на 2022 рік їх кількість зменшилась до 2307156ос, тобто на 83% від базового показника порівняння. Аналогічна ситуація спостерігається і з виїзним туризмом – з 24668233ос. показник зменшився до 15538488ос, тобто зменшення становило на 37,1%.

Таблиця 2.1

Туристичні потоки в Україні з 2016 по 2022 р.р., ос. [7]

Рік	В'їзд іноземців та осіб без громадянства в Україну	Вийзд громадян України за кордон	Сальдо
2016	13333096	24668233	-11335137
2017	14229642	26437413	-12207771
2018	14342290	27976681	-13634391
2019	13709562	29345897	-15636335
2020	3382097	11251406	-7869309
2021	4271991	14726250	-10454259
2022	2307156	15538488	-13231332

Негативне сальдо усі роки показує, що в Україну завжди більше в'їжджало, аніж виїжджало. Країна була популярна серед інших країн, пересічні громадяни в більшості знаходились в середині країни.

Згідно Міжнародних рекомендацій статистики туризму проаналізуємо туристичні напрямки в'їзного туризму, табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Розподіл в'їзного потоку туристичних поїздок за метою відвідування [7]

Туристичний напрям	2018р	2019р.	2020р.	2021р.	2022р.	2022р. у % до 2018р.
службова	47402	31470	10 760	35555	2312	4,8
ділова	2289	1480	903	408	4	0,01
туризм	17239	14865	2766	11842	203	1,2
приватна	13900181	13326997	3107643	3903435	2169567	15,6
навчання	4526	3016	2424	4291	113	2,9
релігійна	16	0	0	0	0	X
культурний та спортивний обмін	28	0	0	0	0	X
транзит	108945	140588	70526	60314	15 733	14,4

Представлені показники табл. 2.2 свідчать, що серед наведених туристичних напрямів у 2018 році є службови (47402ос.), приватний (13900181ос.) та транзитний (108945ос.) туризм. У 2022 році спостерігається наступні 2 напрями – приватний та транзитний туризм. З цього можна зробити висновки, що переважна більшість клієнтів галузі обирало туризм – відпочинок. У зв'язку з поширення дистанційної форми роботи після Ковід – 19, практично

призупинився службовий (4,8%) та діловий (0,01) туризм. Якщо проаналізувати туристичні напрямки за структурою, то у 2018р. приватні подорожі становили 96,9%, у 2022р. – 94,01% відповідно.

Основні нормативно-правові акти з питань надання адміністративної послуги тимчасового розміщення, які на сьогодні діють в Україні, представлено в табл. 2.3.

Таблиці 2.3.

Нормативно-правові акти з питань надання адміністративної послуги
тимчасового розміщення [5, 15- 22]

Нормативно – правова база	Посилання на документ, його зміст
Правова база	
Закон України «Про туризм»	https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text
Постанова Кабінету Міністрів України від 29 липня 2009 р. № 803 «Про затвердження Порядку встановлення категорій готелям та іншим об’єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)»	https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/803-2009-%D0%BF#n17
Наказ Міністерства інфраструктури України від 17 листопада 2022 року № 858 «Положення про Комісію із встановлення категорій готелям та іншим об’єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)»	https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1527-22#Text
Національні стандарти:	
ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщування»	https://dnaop.com/html/60698_2.html
ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів»	https://dnaop.com/html/29982/doc-%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3_4269_2003
ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщування. Терміни та визначення»	https://dnaop.com/html/59525/doc-%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3_4527_2006
ДСТУ 4094-2002 «Послуги перукарень. Загальні вимоги»	https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0813-00#Text
ДБН В.2.2-9 «Будинки і споруди. Громадські будинки і споруди. Основні положення»	https://ips.ligazakon.net/document/DBN00019

ДСТУ 4281:2004. «Заклади ресторанного господарства. Класифікація»	https://dnaop.com/html/34057/doc-%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3_4281_2004
---	---

За кількістю осіб, які перебували у колективних засобах розміщення, табл. 2.4. проаналізуємо їх склад в розрізі іноземців та резидентів України.

Таблиця 2.4

Кількість осіб, що перебували у колективних засобах розміщування (з урахуванням діяльності фізичних осіб-підприємців) [7]

Рік	Усього	з них:			
		іноземці		резиденти України	
		тис. осіб	%	тис. осіб	%
2011	7426,9	1427,7	19,2	5999,2	80,8
2012	7887,4	1554,8	19,7	6332,6	80,3
2013	8303,1	1665,1	20,1	6638	79,9
2014	5423,9	551,5	10,2	4872,4	89,8
2015	5779,9	665,8	11,5	5114,1	88,5
2016	6544,8	863,7	13,2	5681,1	86,8
2017	6661,2	824,5	12,4	5836,7	87,6
2018	7006,2	917,9	13,1	6088,3	86,9
2019	6960,9	959,4	13,8	6001,5	86,2
2020	3379,5	254,4	7,5	3125,1	92,4

Статистичні дані табл.2.4. Туристичного барометру показують, що протягом останніх 10 років переважна чисельність – це резиденти України (від 80,8% до 92,4%). Іноземці представляли лише 5 частину усіх розміщених.

У зв'язку з наявністю великої кількості дистионацій, розвитку зеленого та сільського туризму популярним завжди є Південь України. Проаналізуємо кількість туристів у південних областях за останні 5 років у порівнянні з загальними показниками по Україні, таблиці 2.5.

Якщо аналізувати за розмірами перебування та порівнювати одразу з показниками по Україні, то видно, що кількість відпочиваючих південного регіону в різні роки становила від 11,1% у 2018р. – найменший показник до 18,6% у 2026р. – найбільший показник. В динаміці ж ці показники значного скоротились за дослідний період, практично по всіх областях від 70 до 80%.

Таблиця 2.5

Кількість осіб, що перебували у колективних засобах розміщування (осіб) [7]

Регіон	2016р.	2017р.	2018р.	2019р.	2020р.	2020р. до 2016р., %
ПІВДЕННИЙ РЕГІОН, в т.ч.	1215188	1168562	537595	699587	370816	30,5
Запорізька область	309 505	319 594	162 299	172 731	92794	29,9
Миколаївська область	211 651	209 681	117 860	116 355	72898	34,4
Одеська область	514 564	478 104	289 913	306 474	138618	26,9
Херсонська область	179 468	161 183	129 660	104 027	66506	37,1
ВСЬОГО, в т.ч.	6544759	6661177	4826277	4604935	2218583	33,9
- у структурі перебування, %	18,6	17,5	11,1	15,2	16,7	X

Наочно стан перебування у колективних засобах розміщення за 2020р. представлено на рис.2.1.



Рис. 2.1 Кількість осіб, що перебували у колективних засобах розміщування в південному регіоні України [7].

Середню тривалість перебування туристів на відпочинку проаналізуємо, виходячи з даних табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Середня тривалість перебування у колективних засобах розміщування (діб) [7]

Регіон	2016р.	2017р.	2018р.	2019р.	2020р.	2020р. до 2016р., +/-
Запорізька область	6,9	6,8	5,8	5,1	5,4	-1,5
Миколаївська область	5,0	5,0	4,5	4,0	4,6	-0,4
Одеська область	6,6	6,9	3,9	4,0	3,8	-2,8
Херсонська область	7,2	7,6	6,9	5,9	5,5	-1,7
ВСЬОГО по Україні	4,1	4,0	2,6	2,7	2,7	-1,4

Розрахункові показники середньої тривалості перебування в засобах розміщення показують, що найдовше туристи затримувались в Запорізькій, Одеській та Херсонській областях (період з 2016р. по 2018р.). Станом на 2020р. найбільший термін перебування по Запорізькій та Херсонській областях. Це обумовлюється і можливостями рекреацій цих місцевостей і відносно недорогою вартістю перебування в колективних засобах розміщування.

Галузь туризму наповнює місцеві та державний бюджет. Тому про ефективність та прибутковість можна стверджувати по півню податкових надходжень, які в порівнянні представлені по Україні на рис.2.2.

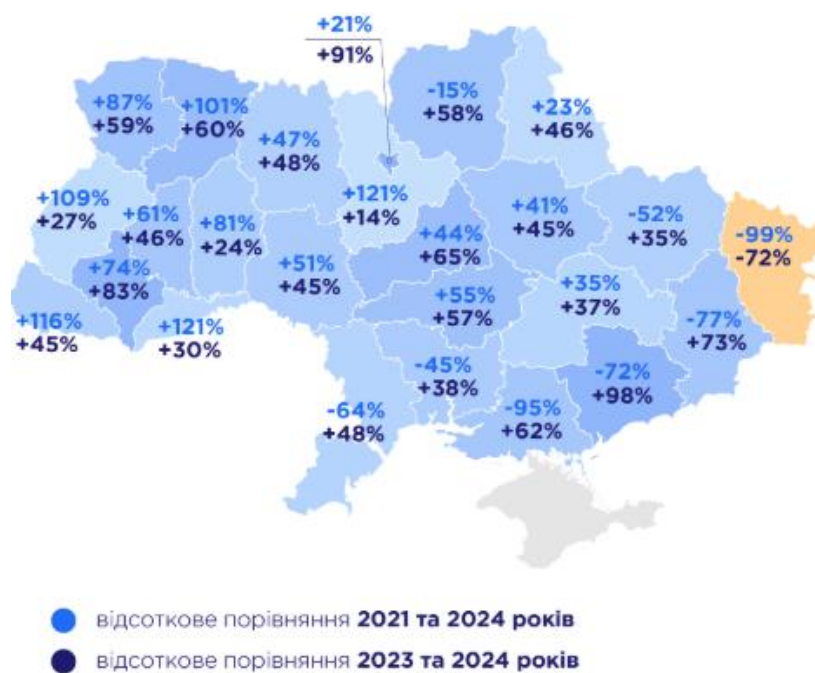


Рис. 2.2. Відсоткове порівняння податкових надходжень від туристичної галузі по регіонах станом на 2024р. [23]

Наявно з рис.2.2. видно, що порівнюючи 2021 та 2024р.р. практично по всіх областях приріст становив від 20 до 50, а іноді і 81%. Але деякі області ули і з мінусовим сальдо. Порівняння останніх років 2023 та 2024р.р. показують позитивну динаміку приросту практично по усій країні. В цифрах цю динаміку простежимо за допомогою даних табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Аналіз динаміки податкових надходжень від туристичної галузі в цілому по Україні за 9 місяців (2021-2024р.р.) [23].

Податки, млн.грн.	Роки			
	2021	2022	2023	2024
Вінницька	19,1	18,3	19,9	28,8
Волинська	9,4	9,0	11,1	17,6
Дніпропетровська	70,7	52,9	69,6	95,3
Донецька	42,4	16,3	5,6	9,8
Житомирська	9,9	6,4	9,8	14,5
Закарпатська	42,2	51,7	62,8	91,0
Запорізька	76,0	22,8	10,6	20,9
Івано-Франківська	103,9	136,6	99,1	181,0
Київська	88,9	120,0	172,8	196,9
Кіровоградська	11,1	8,0	10,9	17,1
Луганська	6,7	1,8	0,3	0,1
Львівська	151,0	197,4	248,4	314,9
Миколаївська	33,4	11,6	13,3	18,4
Одеська	315,4	65,9	76,1	112,2
Полтавська	31,8	25,6	30,9	44,9
Рівненська	11,3	9,6	14,2	22,7
Сумська	8,1	5,6	6,9	10,0
Тернопільська	12,3	11,1	13,6	19,9
Харківська	73,4	31,3	25,9	34,9
Херсонська	46,0	9,9	1,3	2,1
Хмельницька	15,1	16,5	22,0	27,3
Черкаська	16,0	13,1	13,9	23,0
Чернівецька	12,6	14,7	21,4	27,8
Чернігівська	13,2	9,2	7,1	11,2
М. Київ	559,2	318,6	354,1	675,8

Податкові надходження усіх областей півдня України в динаміці зменшуються. Приблизно однакове зменшення відбувається по Запорізькій та Миколпаївських областях, розмір їх податкових надходжень у 2024 році становив 20,9 та 18,4 млн.грн. Практично нанівець зійшли податкові надходження у 2024р. по Херсонській області 2,1 млн.грн. Відносно великі

надходження дає Одеська область – 315,4млн.грн. у 2021р. та 112,2млн.грн. у 2024р. і це найвищі показники серед усіх областей України.

Обсяг реалізованих послуг туристичних агентств, готелів та ресторанів на ринку туристичних послуг у 2012–2022 роках представлено у табл. 2.8. З динаміки показників табл. 2.8 видно, що найбільш вдалим за обсягами реалізації туристичних послуг був 2019 та 2021 р.р. У 2022р в порівнянні з

Таблиця 2.8

Обсяг реалізованих послуг туристичних агентств, готелів та ресторанів на ринку туристичних послуг у 2012–2022 роках (тис. грн.) [7].

Роки	Діяльність туристичних агентств	Діяльність туристичних операторів	Діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщування	Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування
2012	1801456,2	4019367,7	5302058,0	11817699,0
2013	1960659,4	3949745,8	5787174,0	15508675,7
2014	1469282,3	2694155,8	4026838,7	12521947,2
2015	1909243,4	3101274,9	5876574,1	15646635,7
2016	2457172,6	3864467,1	8439192,3	20510856,8
2017	2907239,3	4773366,6	10649057,7	27699868,5
2018	3720241,8	7058057,4	13247405,0	36821629,9
2019	4528443,2	9773640,8	14357886,2	47954049,6
2020	2564732,8	4667828,9	8532763,6	45725958,3
2021	4951476,0	10990803,3	15120876,9	72085276,6
2022	1014729,0	1725430,9	7380774,3	15579398,5

попереднім обсяг реалізації послуг туристичними агенціями скоротився на 80%, по туристичним операторам – на 84,3%, по діяльності готелів – на 51,2%, ресторанам – на 78,4%.

Ефективність роботи суб'єктів туристичної діяльності характеризують показники розміру прибутку та рівня рентабельності, які ми можемо проаналізувати за допомогою розрахункових даних табл. 2.9 та 2.10.

Таблиця 2.9

Чистий прибуток (збиток) підприємств за видами економічної діяльності за 2010–2022 роки, тис.грн.[7].

Роки	Діяльність туристичних агентств	Діяльність туристичних операторів	Діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщування	Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування
2012	-5681,7	-125520,6	-594531,0	-459544,7
2013	-380072,1	-51913,0	-762638,7	-1089166,4
2014	-35919,4	-212356,3	-5142911,5	-1828143,6
2015	-1566,1	-216532,2	-4959158,6	40196,8
2016	46199,2	-365333,0	-2028619,9	405025,5
2017	22795,5	-2971,4	1470289,3	405999,2
2018	57990,9	-59949,6	1846720,1	931701,1
2019	121448,5	-29345,2	3192997,0	-320818,2
2020	-58123,4	-1017587,9	-3858656,6	-320818,2
2021	161712,3	458106,5	2760338,0	524553,8
2022	-72821,1	-270080,4	-6464026,7	-2410718,8

Розрахунок чистого прибутку показує, що за представлені роки діяльність туристичних агенцій була прибутковою у 2016 – 2019 р.р. та 2021р. За інші роки – збиток, який у 2022р. становив 72821,1 тис.грн. По діяльності туристичних операторів прибутковим був 2021рік, збиток на 2022 р. -270080,4тис.грн. По діяльності готелів – прибутковими є 2017-2019 р.р. та 2021р. і збиток на 2022р. становить 6464026,7тис.грн. По діяльності ресторанів – прибуткові лише 2015-2018 та 2021 р.р., збиток на 2022р. становить 2410718,8тис.грн.

Таблиця 2.10

Рентабельність операційної та всієї діяльності туристичних агентств та операторів за видами економічної діяльності за 2016–2020 роки [7].

Показники	Роки	Рівень рентабельності (збитковості)	
		операційної діяльності підприємств, %	всієї діяльності підприємств, %
Усього по економіці	2016	7,4	0,6
	2017	8,8	3,0
	2018	8,1	4,5
	2019	10,2	7,6
	2020	6,2	0,9
	2021	12,6	10,1
	2022	3,7	-2,8
Діяльність туристичних агентств	2016	1,8	3,0
	2017	1,8	1,3
	2018	4,4	2,8
	2019	7,9	5,3
	2020	-5,0	-5,1
	2021	4,9	5,9

	2022	-5,8	-7,0
Діяльність туристичних операторів	2016	-8,2	-7,4
	2017	0,0	-0,1
	2018	-0,2	-0,8
	2019	-0,9	-0,3
	2020	-11,0	-15,4
	2021	5,3	4,9
	2022	-8,8	-11,9
Діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщування	2016	-5,9	-16,1
	2017	18,7	11,6
	2018	22,3	14,6
	2019	25,5	23,6
	2020	-28,5	-30,6
	2021	16,6	22,5
	2022	-22,4	-44,3
Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування	2016	2,9	0,3
	2017	5,1	2,7
	2018	4,1	2,1
	2019	5,9	4,1
	2020	1,5	-1,6
	2021	4,7	2,1
	2022	-10,6	-14,3

2.2 Кон'юнктура туристичних послуг: особливості формування попиту та пропозиції

Формування попиту та пропозиції на туристичні послуги відбувається враховуючи багато факторів. Одним з визначальних чинників рівня попиту є доходи сім'ї, їх культурний розвиток, стиль життя, освіта. Також стимулює цей процес і існуючі пропозиції: перелік турів, напрями, система знижок, методи персонального продажу. Тому аналіз кон'юнктури на ринку туристичних послуг необхідно починати з дослідження рівня витрат за цим напрямом в цілому (табл. 2.11 та 2.12) та за напрямками – таблиця 2.13.

Таблиця 2.11

Місце витрат на туристичні послуги в структурі сукупних витрат домогосподарств України [7]

Витрати	2017	2018	2019	2020	2021	2021р. до 2017р., %
Сукупні витрати в середньому за місяць у розрахунку на одне домогосподарство, грн.	7139,4	8308,6	9670,2	9523,6	11243,4	157,5
у т.ч. у відсотках						
- транспорт	3,7	3,7	4,8	4,0	4,5	X
- відпочинок і культура	1,8	1,8	1,6	1,5	1,7	X
- ресторани та готелі	2,4	2,4	2,6	1,6	1,8	X

Аналіз даних таблиці 2.11 показує, що сукупні витрати на туристичні послуги в середньому за місяць у розрахунку на одне домогосподарство за період з 2017р. по 2021р. виросли на 57,5%. В структурі цих витрат переважає транспорт – від 3,7 до 4,8%; мінімальні витрати пов’язані з відпочинком та культурою – 1,5 – 1,8%. В цілому, станом на 2021 р. загальний відсоток цих витрат становив 8% від загальних витрат.

Якщо порівнювати відпочинок у міській та сільській місцевості, то видно, що станом на 2021 рік грошові витрати домогосподарств у великих містах становили – 6,2%, у малих містах – 4,1%, у сільській місцевості – 2,9%. Тобто стає зрозумілим, що можливість і бажання культурно відпочивати у представників міст практично вдвічі вища ніж у селян, табл. 2.12.

Таблиця 2.12

Грошові витрати домогосподарств на відпочинок, культуру, ресторани та готелі в міській і сільській місцевостях (у середньому за місяць у розрахунку на одне домогосподарство), %[7].

Напрями витрат	У міській місцевості						У сільській місцевості	
	у великих містах		у малих містах		всього		всього	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021
Відпочинок і культура	2,2	2,3	1,3	1,7	1,9	2,1	0,8	0,9
Ресторани та готелі	2,3	2,6	1,3	1,4	2,0	2,2	0,9	1,1
з них:								
харчування поза домом	1,6	1,6	0,9	0,9	1,4	1,4	0,7	0,9
витрати на оплату путівок на бази відпочинку тощо	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1	0,0

В грошовому вимірі, табл. 2.13 видно, що у середньому за місяць домогосподарства найбільше витрачають на: з 2017 р. по 2019р. – на ресторани, готелі та відпочинок і культуру. Починаючи з 2020 по 2021р.р. витрати на культурний відпочинок та готелі практично однакові – 184,36 та 198,86 грн./міс.

Таблиця 2.13

Грошові витрати домогосподарств на відпочинок, культуру, ресторани та готелі (у середньому за місяць), грн. [7]

Напрями	2017р.	2018р.	2019р.	2020р.	2021р.
Відпочинок і культура	117,72	145,95	156,42	143,71	184,36
Послуги	61,70	76,50	84,77	59,8	84,99
Ресторани та готелі	162,42	201,18	252,29	148,05	198,86
З них					
харчування поза домом	120,94	144,51	180,42	105,64	129,62
витрати на оплату пугівок на бази відпочинку тощо	12,70	16,06	17,52	7,88	13,86
Споживчі сукупні витрати	6634,12	7655,44	9670,2	9523,6	9788,3

Починаючи з 2022 року відсутня статистика, яка відображає тенденції розвитку туристичної галузі, однак цю статистику збирають великі туроператори. Так, використовуючи підсумки роботи цього оператора туристичного ринку за 2023 рік можна визначити загальну тенденцію формування попиту та пропозиції [24].

Виїзний туризм українців характеризується зміною уподобань в виборі країни, кількості жінок та чоловіків, які подорожують. Не зважаючи наріст вартості туристичних послуг більше ніж на 11% попит збільшується, рис. 2.3.

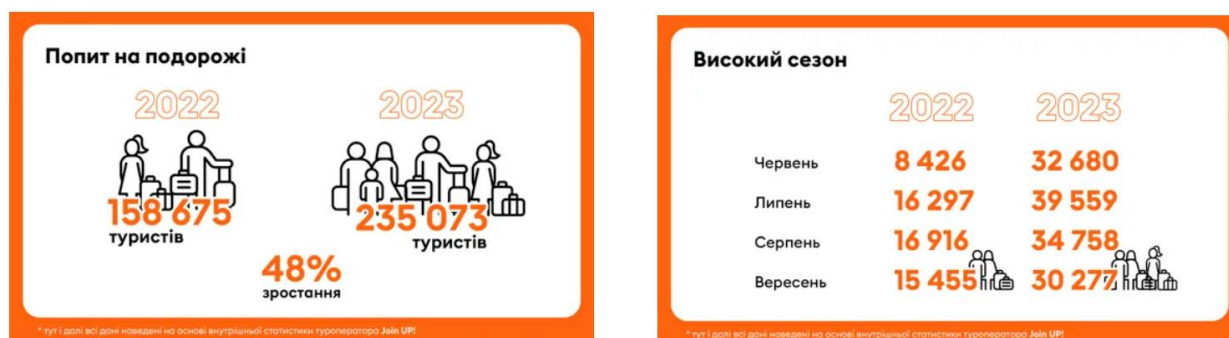


Рис. 2.3. Зміни попиту на туристичні послуги користувачів туроператора Join UP за 2022 – 2023 р.р. [24].

Ми бачимо, що статистика приводить цифри зростання попиту на 48%. Якщо у 2022 році запити на популярні місяці були – липень та серпень, в 2023 році попит вирівнявся і був відносно постійним з липня по вересень. Серед тих, хто частіше подорожує це жінки – 59%, чоловіки лише 17% приймають в цьому

участь; діти – 24%. Глибина бронювання з 14-21 дня скоротилась до 8 діб. Тобто планування відпочинку відбувається спонтанно, рис. 2.4.



Рис. 2.4. Характер подорожей на версією туроператора [24].

За словами директорки Join UP! Україна: «основні тенденції в туріндустрії залишаються майже незмінними з попереднього року: ми так само бачимо переважно попит на закордонні тури від жінок, чи жінок із дітьми, а тури по Україні, відповідно, частіше бронюють разом із чоловіками. Люди вже звикли, що вильоти здійснюються з найближчих до України аеропортів, тому запит на авіатури домінує. При цьому глибина бронювання скорочується — люди готові придбати тур і вже через тиждень вирушити в подорож [24].

Статистика показує відновлення основних популярних турів до Туреччини, Єгипту, Чорногорії, рис. 2.5.



Рис. 2.5 Популярні тури Українців у 2022 – 2023р.р. [25]

За даними дослідження «середній чек закордонних подорожей проти минулого року переважно збільшується. Так, відпустка в Туреччину подорожчала на 34,7%, в Єгипет — на 16,9%, у Чорногорію — на 25%, а у Грецію — на 51,7%. Єдине виключення у п'ятірці лідерів — Болгарія, де середній чек відпустки зменшився на 6%» [24]. Нажаль у зв'язку з умовами військового стану збільшився попит на переміщення туристів на автобусі аніж літаками. Затребуваним аеропортом вильоту для українських туристів залишається Кишинів (Молдова). Затребуваними формами відпочинку українців у 2023 році є: 80% - авіатури, 12% автобусні тури, 8% - наземне обслуговування, рис. 2.6. Наземне обслуговування передбачає лише бронювання готелів.



Рис. 2.6. Динаміка затребуваних форм відпочинку українських туристів за умов виїзного туризму [24].

Поширеним відпочинком серед українських туристів є і внутрішній туризм. Серед популярних напрямів для відпочинку в Україні клієнти обирають: Буковель, Трускавець, Закарпаття, Львів, Яремче. Лідером виступає Буковель. На сьомій сходинці місцевий туризм в Одесі. Середній чек на подорожі Україною у 2023 р. в порівнянні з 2022 р. збільшився: готелі в Карпатах – на 40,6%, санаторії у Закарпатті та Трускавцях – на 20,3% та 20,4%, автобусні тури на двох – на 54,7%, у дитячі табори – на 16,7%, рис. 2.7.



Рис. 2.7. Вартість перебування на популярних курортах України на 2022 – 2023 р.р. [24].

Таким чином портрет українського туристу сьогодення – це родина з дітьми, яка відпочиває 5- 7 днів, переважно в західних областях України, використовуючи найпопулярніші послуги: екскурсії, басейн, відпочинок на природі.

2.3. Готельний та ресторанний бізнес в Україні

Галузь туризму завжди асоціюється з гостинністю, яка представляє собою готельний та ресторанний бізнес і є складовою туристичної індустрії. Готелі це не тільки місце для ночівлі, а і можливість змінити образ життя, відчувати себе по іншому, у іншому світі. Індустрія гостинності являє собою потужну матеріальну базу, потребує постійних інвестицій.

За результатами дослідження Ribas Hotels Group можна простежити розвиток готельного бізнесу до 2024 року. Цей оператор ринку зробив наступні висновки. «Загальна кількість колективних засобів розміщення в Україні, починаючи з 2013, скорочується в середньому на 175 об'єктів гостинності в рік – до цього призвели анексія АР Крим, пандемія коронавірусу, вторгнення рф, окупація Донецької, Луганської, Херсонської, Запорізької областей. Найбільші

темпи скорочення в динаміці демонструють: туристичні бази, табори, кемпінги (-33,5%); пансіонати з лікуванням (-22,5%), оздоровчі заклади (-83,3%), санаторії-профілакторії (-85,5%), бальнео- та грязелікарні (-11,1%), бази та пансіонати відпочинку (-24,2%). Кількість готелів (+9,1%), мотелів (+10,7%), хостелів (+28,7%) в динаміці, навпаки, зростає, навіть незважаючи на негативний вплив, спричинений бойовими діями, — з початку війни в Україні зруйновані або пошкоджені принаймні 12 готелів: «ALFAVITO Київ» (229 номерів), «Grand Admiral Resort» (64), «Бабусин Сад» (30), «Україна» Чернігів (99), «Optima Collection» Харків (205), «SV Park» Харків (17), «Grande Pettine» Одеса (91), «Play Hotel by Ribas Херсон» (25), «Sunrise Park» (24) та «Optima» у Запоріжжі, «Optima Рівер» (98) та «Інгул» (40) у Миколаєві. Через військові дії відчувається значне відновлення інтересу до морально застарілих масштабних (200-400 номерів) санаторіїв/пансіонатів/будинків відпочинку часів СРСР за можливість організації лікувальної інфраструктури для реабілітації поранених у військових діях. У найближчі роки очікується ревіталізація діяльності цих об'єктів, зростання попиту та приток інвестицій» [26].

Динаміка колективних засобів розміщення юридичних та фізичних осіб в Україні також додається, рис. 2.8.

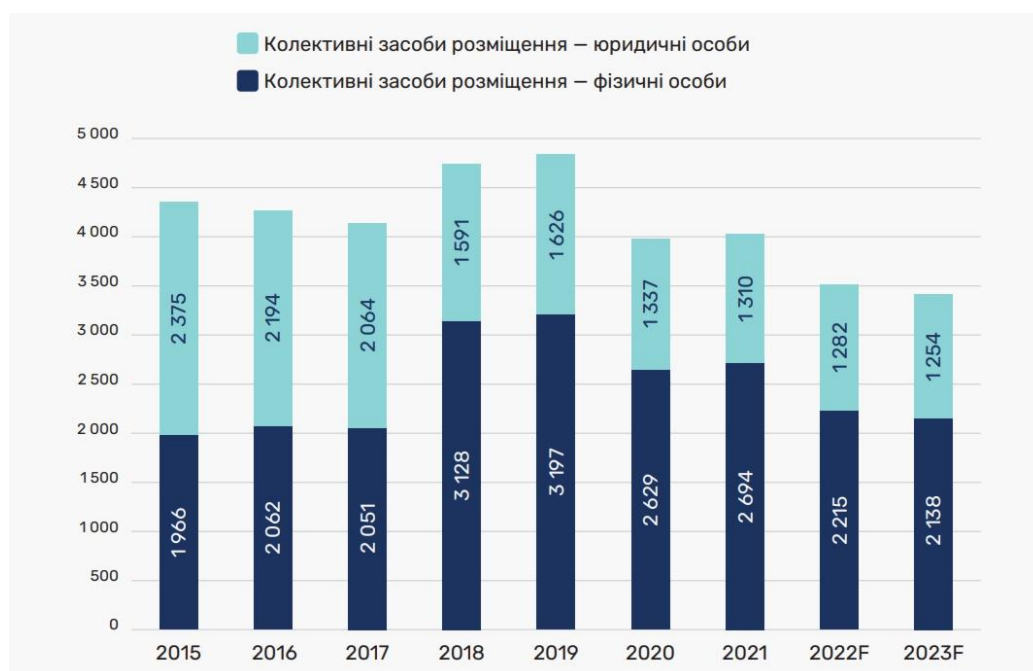


Рис. 2.8. Динаміка кількості колективних засобів розміщення в Україні до початку 2024р. [26].

З представленої динаміки ми бачимо, що за останні 2021 – 2023 р.р. колективні засоби розміщення фізичних осіб за період з 2021 по 2022 р.р. зменшились на 479 одиниць. Наступні роки їх кількість практично не змінювалась. Кількість готелів та інших засобів розміщення фізичних осіб була відносно постійною: від 1310од у 2021р. до 1254од. у 2023 р. Найвищі показники потужної матеріальної бази цих основних засобів відмічене у 2018 та 2019 р.р.

Усі діючі готелі в Україні можна поділити наступним чином: мотелі, хостели, міжнародні мережеві готелі, національні мережеві готелі та інші. Розподіл діючих готелів в Україні станом на 2024р. представлено на рис. 2.9.

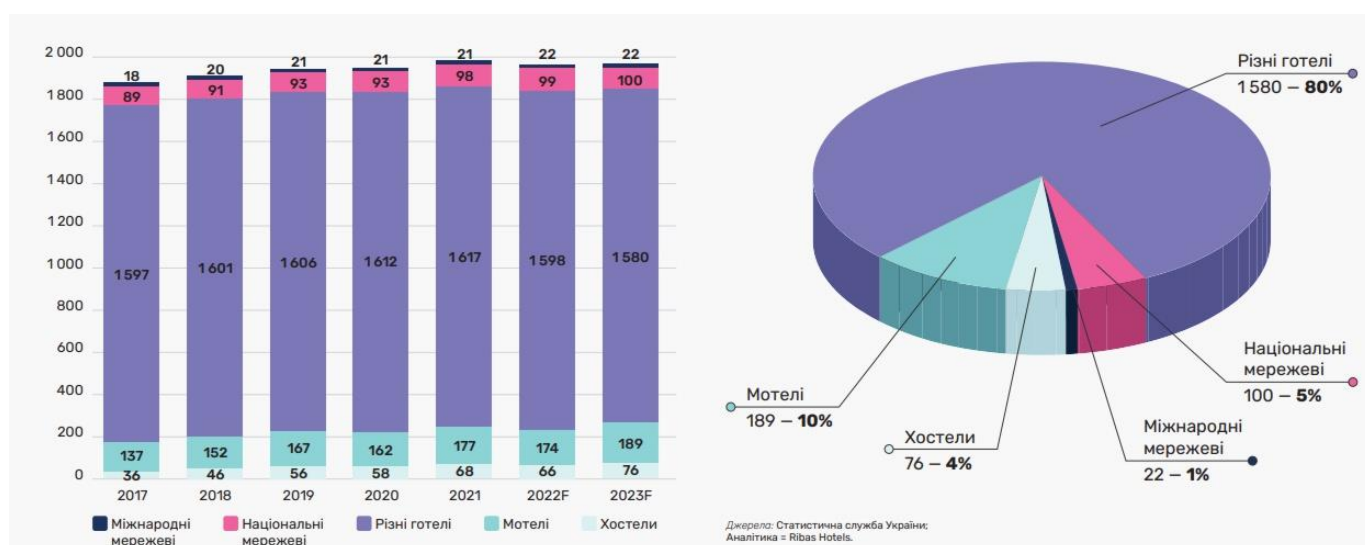


Рис. 2.9 Розподіл діючих готелів в Україні станом на 2024р. [26].

Висновки дослідження Ribas Hotels Group по готелям наступні: «На середину 2024 року в Україні функціонують 2017 готелів (міжнародні - 1,1%; національні мережеві - 5,1%; готелі різних форматів - 80,3%; мотелі - 9,6%; хостели - 3,9%).

У динаміці поступово збільшується кількість міжнародних готелів (у травні 2017 відкрився «Park Inn by Radisson Troitska», у листопаді 2017 — «Mercure Kyiv Congress», у березні 2018 — «Aloft» / «SkyLoft», у серпні 2022 — «Best Western Plus Market Square Lviv»). Поповнення новими міжнародними об'єктами особливо притаманне для періодів розквіту ділової активності, визначних спортивних подій, державної підтримки туризму (виражений європейський курс України у 2004-2007 роках, футбольний турнір «Євро-2012»). Наступний суттєвий сплеск збільшення чисельності готелів під управлінням

міжнародних операторів очікується одразу після завершення війни (орієнтовно 2026 рік).

Демонструє зростання також і чисельність мережевих готелів під управлінням національних операторів (переважно в мережах «Ribas Hotels» та «Optima Hotels») у Буковелі/Східниці/Яремче, Вінниці, Луцьку, Хмельницькому, Чернівцях тощо — після вторгнення РФ в Україну серед переселенців/ релокантів особливою популярними були приватні (не мережеві) готелі на 10-40 номерів, розташовані в Західній частині України, доступні для середньо- та довгострокового проживання» [26].

Географічно колективні засоби розміщення розташовані нерівномірно, мають виражену концентрацію в окремих областях, а саме:

- південний регіон, який характеризується морським дозвіллям та переважно літнім відпочинком. Це Запорізька, Миколаївська, Одеська, Херсонська області у кількості 1399 об'єктів або 34,0%.
- північні регіони, які характеризуються гірським туризмом, наявністю реабілітаційно – лікувальних баз. Це Львівська та Івано-Франківська області у кількості 611 об'єктів або 14,8%;
- бізнес – регіони, такі як Київ, Харків та Дніпро, що характеризуються високою діловою активністю у кількості 585 об'єктів або 14,2%;
- інші області різнопланового відпочинку - 1520 об'єктів або 37%.

За видами засобів розміщення у 2024 році в Україні налічувалось, табл. 2.14.

Таблиця 2.14.

Колективні засоби розміщення в Україні станом на 2024р. [7]

Засоби розміщення	Кількість, од.	У структурі, %
Пансіонати та бази відпочинку	1279	39
Пансіонати з лікуванням, профілакторії, грязелікарні	76	2
Дитячі санаторії	117	3
Санаторії	169	4
Готелі	1704	42
Мотелі та хостели	173	4
Турбази, табори, кемпінги	513	13

Таким чином ми бачимо, що концентрація уваги йде на пансіонах для відпочинку та готелі, тому що в сукупності вони даю 81% до всієї структури. Лікувальні пансіони та дитячі санаторії невеликою кількості так як це обумовлено вузькою спеціалізацією. Мотелям та хостелам також не надається велика перевага, тому що відпочинок повинен бути якісним.

В Україні діють наступні міжнародні та національні готельні оператори, таблиця 2.15 та їх частка в структурі, рис. 2.10.

Таблиця 2.15

Міжнародні та національні готельні оператори [26]

Готельний оператор	Кількість готелів	Номерний фонд	Назва готелів	Міста
Accor Group	9	1395	Fairmont Grand Hotel, Mercure, Ibis Kyiv Center, Ibis Kyiv railway. Ibis Kyiv Beresteyska, Adagio Beresteyska, Ibis Lviv, Ibis Styles Lviv, Hotel de Paris Odessa Mgallery	Київ, Одеса, Львів
Radisson Hotel Group	5	957	Radisson Blu Resort Bukovel, Radisson Blu Kyiv Yaroslaviv Vai, Radisson Blu Kyiv Podil, Radisson Blu Odessa, Park Inn Troitska	Київ, Одеса, Буковель
InterContinental Hotels Group	2	480	InterContinental Kyiv, Holiday Inn Kyiv	Київ
Wyndham Hotel Group	2	367	Ramada Encore, Ramada Lviv	Київ, Львів
Hyatt Hotels Corporation	1	234	Hyatt Regency Kyiv	Київ
Rixwell Hotels	1	310	Sky Loft	Київ
Rixos	1	359	Rixos Prykarpattyа	Трускавець
ArtBuild Hotel Group	1	74	Best Western Plus Market Square	Львів
Разом	22	4176		

Заповнюваність готелів під час війни не рівномірно. У зв'язку з бойовими діями та окупованою територією – в Запорізькій та Херсонській та Миколаївських областях вона мізерна. Лише Одеса область дає 38% заповнення. Найвищі показники у Львівській (50%), Київській (49%) та Івано Франківській (47%) областях.

Висновки до розділу 2

Аналіз сучасного стану розвитку галузі туризму згідно крайньої звітності, яка представлена у вільному доступі дає можливість зробити наступні висновки.

За останні роки, починаючи з 2016 року, туристичні потоки зменшились. Це пов'язано з тимчасовою окупацією територій, а також пандемією Ковід – 2019. Незмінним залишаються високі показники приватного напрямку туризму, тобто відпочинку.

Південь України представляє значну частинку туристично – рекреаційних зон, де показник сягає від 11-19% розміщення туристів в порівнянні з загальними показниками по Україні. Найбільший показник в Одеській області. Середня тривалість відпочинку складає тиждень.

По всіх областях України у 2024 в порівнянні з 2023 роком спостерігається ріст податкових надходжень від туристичної діяльності. У зв'язку з тим, що послуги дорожчають, прибутковість галузі низька.

При формуванні попиту та пропозицій туристичних послуг велику роль грають доходи домогосподарств. Статистичні данні показують, що серед напрямів витрат на туристичний відпочинок більша частина витрат направлена на ресторани та готелі. Порівнюючи 2023 та 2022 р.р. видно, що зовсім зникла сезонність в наданні туристичних послуг. Одночасно розвивається і виїзний і в'їзний туризм, однак українців більше цікавить внутрішній туризм. Його темпи почали збільшуватись.

Стрімко розвивається готельно –ресторанний бізнес, тому що фізіологічні потреби в їжі є постійними і на цього ця підгалузь формує свої прибутки. На першому місці гастротуризм.

РОЗДІЛ 3

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ В ПІВДЕННОМУ РЕГІОНІ

3.1. Розвиток внутрішнього туризму та його значення.

Внутрішній туризм є важливою складовою формування позитивного іміджу країни. Враховуючи те, скільки Україна має історичних та природних пам'яток архітектури, її культурну спадщину, це все є надбанням нації і це повинно в повній мірі бути донесено до туристів як всередині країни так і за її межами. Дослідження, які проводять самі туристичні агенції свідчать, що даже під час війни Українці не втратили цікавість до своєї культурної спадщини. За опитуванням « Скільки українці подорожують під час війни бачимо, що взимку цей показник зріс на 2,2%, навесні – на 4,3%, влітку – на 47,6%, восени – на 2,8%. Нажаль 43,2% українців не змінили своє ставлення до відпочинку, бо мають фінансові труднощі та не розглядають повноцінний відпочинок під час війни, рис. 3.1.



Рис. 3.1. – Ставлення українців до подорожей в Україні під час війни [27].

Цікавим з опитування є і те, що 21,1% українських туристів вважають, що ці подорожі є спосіб підтримати Україну економічно. Також за результатами опитування: «Більшість опитаних – 56% – заявили, що вибір сезону для подорожей залежить насамперед від часу відпустки чи канікул. 22% відповіли, що на вибір впливає ціна, погодні умови мають значення також для 22% опитаних» [27].

Після 24 лютого 2024 року українці не припиняють подорожувати. Так, більше 5 разів з того часу туристичні відпочинки зробили собі по 7,3% респондентів; 3 – 5 разів відпочивало 12% респондентів, а понад 26% респондентів хоча б один раз брали туристичну відпустку для себе та дітей.

За видами внутрішнього туризму в Україні популярним залишаються наступні напрями: піші прогулянки, відвідування екскурсій та музеїв (культурний туризм), курортний відпочинок на морі, подієвий туризм, гастрономічний туризм. За результатами опитування: «Понад половина опитаних (54%) надає перевагу міському туризму та пішим прогулянкам. Екскурсії до історичних пам'яток та музеїв обирають 28% українців. 23% присвячують свій час відпочинку на пляжі. Подієвий туризм користується популярністю також у 23% респондентів. Трохи менше – 22% – люблять подорожувати країною заради вивчення гастрономічних спеціальностей у регіонах. Активний відпочинок до душі 16%. Екотуризм є вагомим для 11% опитаних. Рекреаційному туризму надають перевагу майже 9% українців... Мандрівки Україною сьогодні – це не тільки спосіб відпочинку, але й засіб фізичного відновлення і психологічного розвантаження, як для наших захисників і їхніх родин, так і для цивільних. А ще це спосіб підтримати економіку країни, яка сьогодні працює виключно на нашу оборону» [27], рис.3.2.



Рис. 3.2. Види відпочинку в Україні (за напрямками внутрішнього туризму) після 24.02.2024р. [27].

Розвиток внутрішнього туризму на півдні України після завершення повномасштабної війни з Росією має велике значення з кількох причин:

1. Економічне відновлення регіону.

Відновлення туристичної галузі сприятиме економічному зростанню південних регіонів, таких як Херсонська, Миколаївська, Одеська та Запорізька області. Туризм стимулює розвиток малого і середнього бізнесу, зокрема готелів, ресторанів, транспортних компаній, екскурсійних агентств та сувенірних магазинів. Це створює нові робочі місця та підвищує доходи місцевих мешканців.

2. Відновлення інфраструктури.

Після завершення воєнних дій регіон потребуватиме масштабної реконструкції. Розвиток туризму стимулюватиме інвестиції у відновлення транспортної та туристичної інфраструктури, включаючи дороги, готелі, пляжі, парки та культурно-історичні об'єкти. Це також покращить умови життя місцевих мешканців.

3. Збереження культурної спадщини.

Південь України багатий на історичні та культурні пам'ятки, зокрема античні руїни Ольвії, фортецю Акерман, архітектурні пам'ятки Одеси та Херсонеса. Розвиток туризму допоможе зберегти ці об'єкти та популяризувати культурну спадщину серед українців.

4. Патріотичне виховання та єднання нації.

Внутрішній туризм сприятиме підвищенню національної свідомості та єдності українців, знайомлячи їх із культурою, історією та традиціями південних регіонів. Це важливо для зміцнення національної ідентичності після війни.

5. Психологічна реабілітація населення.

Південний регіон має багатий рекреаційний потенціал – Чорне та Азовське моря, лікувальні грязі, термальні джерела, національні парки. Відпочинок на цих курортах сприятиме психологічній реабілітації українців після пережитих травм війни.

6. Безпека та стабільність.

Після війни багато українців можуть віддавати перевагу внутрішнім подорожам через безпекові міркування та фінансові обмеження. Розвиток місцевого туризму забезпечить альтернативу закордонним поїздкам.

7. Підтримка іміджу України.

Активізація туризму в південних регіонах сприятиме формуванню позитивного іміджу України як країни, що успішно відновлюється після війни. Це приверне увагу не лише внутрішніх, а й міжнародних туристів у майбутньому.

8. Гастрономічний і винний туризм.

Південь України має багаті кулінарні традиції та розвинене виноробство, зокрема в Одеській та Херсонській областях. Розвиток гастрономічного туризму стимулюватиме аграрний сектор та популяризуватиме місцеву кухню.

Розвиток внутрішнього туризму на півдні України стане важливим кроком до економічного, соціального та культурного відновлення регіону після війни. Це сприятиме зміцненню національної єдності, психологічній реабілітації населення та формуванню позитивного іміджу України у світі.

3.2. Гастрономічний туризм як перспективний напрям розвитку індустрії гостинності Півдня України

Зростання значення їжі та харчування як форми споживання разом із глобалізацією світового ринку зробили кухні різних країн і асортимент продуктів більш доступними. Такий динамічний розвиток спричинив підвищений інтерес до автентичних страв, місцевих продуктів і кулінарних традицій, що, своєю чергою, стало основою для виникнення гастрономічного туризму. Все більше мандрівників обирають подорожі, аби скуштувати місцеві страви або оцінити майстерність відомих шеф-кухарів.

Гастрономічний туризм має важливе значення, оскільки допомагає краще зрозуміти культурну спадщину різних народів. Він сприяє розвитку крос-культурної комунікації, стаючи засобом встановлення міжкультурних зв'язків. Завдяки культурним обмінам відбувається обмін духовними, матеріальними цінностями та досвідом на рівні міжособистісної, етнічної, державної та глобальної взаємодії.

Україна має значний потенціал для розвитку гастрономічного туризму завдяки багатству природних і соціально-економічних ресурсів. Цей вид туризму включає знайомство з процесом виробництва, технологією приготування та дегустацією національних страв і напоїв, а також вивчення кулінарних традицій народів світу.

Гастрономічний туризм не лише задовольняє гастрономічні смаки туристів, але й сприяє культурному обміну та розвитку туристичної індустрії. В табл. 3.1 представлена класифікація гастрономічного туризму за Омельницькою В.О. [28].

Класифікація гастрономічного туризму [28]

Ознака класифікації	Підвид турів	Характеристика туристичної діяльності
За розташуванням туристичного місця	Сільський	Збір лісних ягід, овочів і фруктів, полювання на гризунів або прогулянку по дорогах виноробства
	Міський	Відвідування ресторанів із дегустацією делікатесних і фірмових страв
За видом конкретного продукту або напою	Винні	Відвідування виноградників та екскурсії на виноробні господарства з дегустацією вин
	Пивні	Відвідування пивоварень, як великих так і домашніх, дегустації
	Сирні	Відвідування заводів і сирних льохів, дегустації
	Шоколадні	Відвідування шоколадних фабрик, дегустації
	Чайні	Відвідування чайних плантацій, фабрик із розфасовування продуктів збирання
	Кавові	Відвідування кавових плантацій, фабрик із розфасовування продуктів, збирання
	Агро	Відвідування агрокомплексів, фермерських угідь
	Фруктово-ягідні	Дегустація фруктів, овочів, які притаманні для цієї місцевості, країни
За метою подорожі	Змішані	Поєднання декількох спеціалізацій
	Культурно-пізнавальний	Відвідування різних екскурсій
	Оздоровчий	Дегустація чайних зборів із цілющих трав; меду в поєднанні з апітерапією ¹ , винотерапія ² , дієтотерапія ³
За напрямом подорожі	Гурман	Дегустація страв та напоїв гастрономічними спеціалістами (сомельє, дегустатор)
	Святковий	Відвідування та участь у гастросвятах
Особливі	Фестивальний	Відвідування та участь у гастрофестивалях
	Гастродипломатія	Організація дипломатичних прийомів на усіх рівнях з урахуванням кулінарних особливостей країн гостей та країни-організатора

Як бачимо з табл. 3.1. класифікація представлена з позиції:

- розташування туристичного місця;
- видами конкретного напою та продукту;
- мети подорожі;

- напрямку подорожі;
- інших особливостей.

З підвидів турів частіше це питні: вино, чай, кава, пиво. Тому треба відмітити, що кожний регіон України має свої гастрономічні уподобання. За дослідженнями українських науковців Давидюк Ю.В. та Горшкова Л.О., які використовували наступні джерела:

- Гастрономічна карта України. Інфогра-фіка. [29];
- Десять найсмачніших напрямків гастрономічного туризму [30].

Зроблена систематизація гастрономічних уподобань українців за різними регіонами [31], табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Гастрономічні особливості регіонів України [31].

Регіон	Гастрономічні особливості
Північ	Цей регіон славиться своїми стравами з картоплі. Коронна страва Полісся – деруни. У Чернігівській області готують печеню в горщиках із картоплі, квашеної капусти та м'яса, а на десерт запропонують пиріжки з калиною, адже регіон багатий на ягоди. Печеню із картоплею, м'ясом та печінкою запропонують на Сумщині. Саме тут варто шукати шпундру, що поєднує в собі м'ясо, буряк та буряковий квас. Київ вже багато років славиться своїми котлетами по-київські, легендарним Київським тортом, сухим варенням і генеральським салом.
Південь	Суттєвий вплив на регіон здійснили турецькі та татарські традиції. Квашений кавун – можна сміливо назвати візитівкою Півдня України. Величезна кількість страв із риби завдяки Чорному морю. Бички в Одесі подають не лише в'яленими до пива, з них готують биточки: тісто змішують з подрібненою рибою і смажать на олії. Також в Одесі крім форшмака та бефстроганов можна скоштувати овочеве рагу на основі солодкого перцю, баклажанів та томатів. На Миколаївщині шукайте матвіївський зелений борщ з бичками, та консервовану рибу з томатами. Херсон славиться смаженими та консервованими баклажанами, а також лагманом (локшина зі шматочками м'яса) та долмою (маленькі голубці у виноградному листі). А на Запоріжжі вам запропонують наваристий капустак. Приазов'я славиться своїми млинами – це тонке дріжджове тісто із маслом та сирною начинкою, що згортається в рулет.
Схід	Тут знають близько 50 рецептів окрошки, а до окрошки можна спробувати рульку – задню частину свинячої ноги, яку натирають сіллю і спеціями, а потім запікають в тісті. Варто скоштувати

	слобідську пряженю, вона ж омлет, який відрізняється тим, що до збовтаного яйця додають борошно та ковбаски. Що вже казати про справжній слобожанський борщ, який готують на Харківщині, до якого кладуть квасолю та м'ясні фрикадельки, а на друге запропонують гречаники: м'ясні тефтелі з гречкою.
Захід	Цей регіон дуже багатий на різні незвичайні страви. На Волині варто скоштувати волок – страва, яка готується з листя лободи, та ниглі – волинська варіація кнедлів. Мазурики по-волинські – це домашні ковбаски з індики, вершкового масла та сиру, а також поліські вергуни – делікатні вироби з тіста, які смажать в олії. У Івано-Франківській області спробуйте карпатський йогурт гуслянку та палюшку. Тернопільщина запропонує вам мачанку – це густий суп з м'ясом, засмажкою з борошна, цибулі, меленого солодкого перцю. У Чернівецькій області варто спробувати домашню бринзу та традиційну кукурудзяну кашу – мамалигу, а також шарпанину – рибу в рідкому тісті. У Рівненській області спробуйте кашу Острозьких, картопляники (або зрази) та мацики – в'ялене м'ясо в кендюсі, вичиненому свинячому шлунку. У Львові готують чудові віденські рулети – струдлі, також пошукайте автентичну авантурку, огірківку та ябчанку. На Прикарпатті до столу подадуть бануш – густу кашу з кукурудзяної крупи, приправлену сметаною, із гарячим обсмаженим беконом і бринзою. Карпати – край білих грибів і тут майстерно вміють варити смачну грибну юшку зі сметаною. На Закарпатті популярна страва бограч, яка має походження з угорської кухні. Чинахи – страва на зразок печені, якою пригостять на Буковині. На Закарпатті вам запропонують спробувати завиванці – м'ясні рулети з яловичини із сумішшю варених яєць, солоного огірка, шпика і сирої тертої картоплі.
Центр	Полтавщина славиться своїми галушками та пундиками. У Черкаській області готують борщ, до якого обов'язково подають ароматні пампушки з часником. Кіровоградщина пригостить вас різноманітними варениками та начинками до них: з картоплею, грибами, м'ясом, печінкою, капустою. Також крученики – це невеликі м'ясні рулетки з начинкою з фаршу, паштету, чорносливу з горіхами. На Вінниччині спробуйте картоплю по-уланівськи, горохляники, бігос – страва із тушкованої кислої капусти з м'ясом і грибами, а також флянки – суп з яловичого рубця, який приправляється коренями, сиром і спеціями.

З інформації, яка представлена у табл. 3.2 бачимо, що уподобання українців півдня з традиційної кухні є:

- риба у всіх її виглядах та способах приготування (сушена, в'ялена, смажена, тушкована, консервована в томаті тощо);
- квашений кавун;

- овочеве рагу на основі солодкого перцю, баклажанів та томатів;
- борщ український, матвіївський зелений борщ з бичками, капуста;
- долма (маленькі голубці у виноградному листі);
- млинці тощо.

На нашу думку, гастрономічні тури як самих українців так і відвідувачів з інших країн є найбільш перспективними після закінчення повномасштабної війни. Їх особливості у наступному.

1. Залучення туристів – гастрономія допомагає зробити туризм більш захопливим, привертаючи увагу до відомих країн та регіонів.

2. Відсутність сезонності – такі подорожі можна здійснювати протягом усього року.

3. Глибше пізнання культури – під час гастрономічних турів туристи більше дізнаються про побут, історію та культурні традиції країни, ніж під час звичайних екскурсій.

4. Знайомство з місцевими роинами – мандрівники відвідують сім'ї, які поколіннями займаються виноробством, сироварінням чи фермерством, пізнаючи культурну спадщину цих ремесел.

5. Відвідування місцевих виробництв – туристи оглядають виноробні, пивоварні, ферми, дегустують національні продукти, беруть участь у кулінарних майстер-класах та відвідують гастрономічні фестивалі.

6. Різна тривалість турів – подорожі можуть тривати від кількох днів до двох тижнів.

7. Ціновий діапазон – вартість турів залежить від тривалості, місця подорожі, сезону та насиченості програми. Відвідування значущих гастрономічних подій є дорожчим.

8. Відсутність «гарячих» турів – такі подорожі не передбачають знижок чи спеціальних пропозицій.

Гастрономічний туризм не лише задовольняє гастрономічні смаки туристів, але й сприяє культурному обміну та розвитку туристичної індустрії.

Гастрономічні тури можуть тривати від кількох днів до двох тижнів. Ціни на такі подорожі варіюються в широкому діапазоні та залежать від тривалості

мандрівки, обраної країни, сезону та насиченості програми. Поїздки на важливі гастрономічні заходи зазвичай коштують дорожче.

Запорізька область багата на історичні пам'ятки та унікальні гастрономічні традиції. Пропоную двотижневий тур, який поєднує відвідування визначних місць та дегустацію місцевих страв.

Розробимо гастрономічний тур по Запорізькій області, розрахований на 2 тижня., табл. 3.3., який буде враховувати не тільки задоволення гастрономічних уподобань а і відвідування історично – культурних пам'яток.

Таблиця 3.3.

Комбінований гастрономічний тур по Запорізькій області, розрахований на 2 тижня.

Період часу	Місце
День 1-2: Запоріжжя	Острів Хортиця: відвідайте історико-культурний комплекс «Запорозька Січ», де можна зануритися в атмосферу козацької доби. Музей історії зброї: ознайомтеся з колекцією зброї різних епох. Гастрономія: спробуйте традиційні українські страви в місцевих ресторанах, таких як борщ, вареники та деруни
День 3-4: Василівка	Садиба Попова: архітектурний комплекс XIX століття з унікальними будівлями та підземеллями (повоєнний туризм). Гастрономія: відвідайте місцеві кафе, де подають страви з локальних продуктів.
День 5-6: Мелітополь	Кам'яна Могила: древній заповідник з петрогліфами, що належать до різних історичних періодів. Гастрономія: Мелітополь відомий своїми черешнями. Скуштуйте страви та напої з цими ягодами, а також місцевий мед.
День 7-8: Бердянськ	Приморський бульвар: прогулянка вздовж узбережжя Азовського моря. Музей «Подвиг»: експозиція, присвячена історії міста та його мешканців. Гастрономія: свіжі морепродукти та рибні страви в прибережних ресторанах.
День 9-10: Приморськ	Курортні зони: відпочинок на пляжах та оздоровлення в місцевих санаторіях. Гастрономія: страви з риби та морепродуктів, а також місцеві овочі та фрукти.
День 11-12: Оріхів	Історичний музей: експозиції, що розповідають про історію міста та регіону (повоєнний туризм). Гастрономія: спробуйте місцеві страви та випічку.
День 13-14: Повернення до Запоріжжя	Музей техніки «Фаетон»: колекція ретро-автомобілів та військової техніки. Гастрономія: відвідайте місцеві ринки, щоб придбати сувеніри та продукти місцевого виробництва.

Джерело: розроблено автором

Таблиця 3.4.

Гастрономічні уподобання на кожному напрямку

Напрямок	Гастрономічні уподобання
Василівка.	- Куліш: поживна страва з пшона, сала та цибулі, популярна серед козаків. - Капусняк: ситний суп із квашеної капусти з додаванням м'яса та круп. - Коржі-загребі: прості хлібні вироби, які випікали, загрибаючи тісто жаром або золою. - Самогон: домашній міцний напій, виготовлений шляхом дистиляції. Його часто використовували для приготування настоянок та лікерів. - Медовуха: слабоалкогольний напій на основі меду, популярний у козацькі часи.
М. Оріхів	- Куліш: поживна страва, приготована з пшона, м'яса та овочів, що була популярною серед запорізьких козаків. - Капусняк: густий суп на основі квашеної капусти з додаванням м'яса та круп, який є невід'ємною частиною місцевої кухні. - Путря: традиційна каша з пшона та гарбуза, що символізує простоту та ситність української кухні. - Коржі: пласкі хлібці, які випікаються з різних видів борошна та часто подаються до основних страв або як самостійний перекус. - Загребі: страви з картоплі, які можуть бути приготовані різними способами, від варених до смажених, і є популярними в місцевій кухні.
М. Мелітополь	Завдяки караїмській громаді, яка вплинула на формування місцевих гастрономічних традицій. Однією з найвідоміших страв є ет аяклак — караїмський пиріжок з м'ясом. Цей пиріжок готується з листового тіста з додаванням баранячого жиру та начинки з рубленого баранячого м'яса, іноді з картоплею. Він має форму півмісяця з двома отворами на поверхні для заливання баранячого бульйону. У 2018 році традиція приготування ет аяклаку була внесена до Національного переліку елементів нематеріальної культурної спадщини України. Десерти: 1. Пиріг з черешнею – пісочне або листове тісто з соковитою начинкою. 2. Черешневий штрудель – з додаванням кориці та горіхів. 3. Запіканка з черешнею та сиром – ніжна випічка для сніданку або десерту. 4. Черешневий кранбл – з хрусткою скоринкою з вівсянки та горіхів. 5. Морозиво з черешнею – охолоджуючий десерт зі свіжими ягодами.

	Напої: 1. Компот із черешні – класичний літній напій. 2. Смузі – з додаванням йогурту або молока. 3. Черешневий коктейль – з додаванням м'яти та льоду. 4. Домашній лікер або настоянка – на основі черешні та спирту. Основні страви та салати: 1. Салат із черешнею, сиром фета та руколою – оригінальне поєднання солодкого і соленого. 2. Салат із куркою та черешнею – з додаванням бальзамічного соусу. 3. М'ясо з соусом із черешні – особливо добре поєднується з качкою чи свининою. Соуси та джеми: 1. Черешневий джем – чудово підходить до млинців та випічки. 2. Соус із черешні – до сиру, м'яса чи десертів. 3. Черешневий кетчуп – оригінальний варіант для гурманів.
М. Бердянськ, м. Приморськ	Традиційні рибні страви: 1. Уха (рибна юшка) – ароматний суп із свіжозловленої риби (судак, лящ, тарань) з додаванням овочів та спецій. 2. Смажена таранька – популярна закуска до пива, яка готується методом підсушування та обсмажування. 3. Запечена риба – запікають з овочами або в сметанному соусі, часто використовують судака або коропа. 4. Котлети з риби – котлети з рибного фаршу з додаванням зелені та спецій. 5. Рибний плов – готується з рисом, овочами та шматочками риби (наприклад, сазана). 6. Маринована риба – з додаванням цибулі, оцту та спецій, подається як холодна закуска. Закуси та салати: 1. Салат з бичками – мариновані або смажені бички з овочами. 2. Оселедець під шубою – традиційний український салат з оселедцем, овочами та майонезом. 3. Рибна ікра – подається з хлібом або млинцями. Місцеві делікатеси: 1. В'ялена риба – тарань, лящ, бичок, які підсушують на сонці. 2. Копчена риба – особливо популярна скумбрія та карась. Десерти та напої: Хоча основний акцент робиться на рибних стравах, у Бердянську та Приморську також можна спробувати традиційні українські десерти, такі як пиріжки з ягодами, вергуни (хрусткі смажені смужки тіста) та узвар (компот із сухофруктів).
Запоріжжя	«Нарешті» ресторан української кухні на слуху запорожців. Зручне розташування в центрі міста на Соборному проспекті, авторська національна кухня, відмінне обслуговування та комфортна атмосфера — все це чекає відвідувачів «Нарешті». Тут все віддає

	українським колоритом, але, звичайно, ставка робиться на якість та ідентичність нашої кухні. У меню можна знайти всіма улюблені страви, але з фірмовою подачею та найчастіше в авторському виконанні [32]. Також популярні: «Корчма», «Козацкое подворье», «Олександрівський Повіт», «Укроп», «Козачий стан», «Біля каміна», «Старе місце», «Домова Кухня», «Мисливець», «Дах світу» тощо [33].
--	--

Джерело: розроблено автором на підставі [32-40]

Таким чином комбінований тур дозволить смачно подорожувати та отримувати задоволення від цього туристичного туру.

Висновки до розділу 3

Таким чином для формування позитивного іміджу Півдня України на міжнародній арені як привабливого центру гастрономічного туризму необхідно впровадити низку стимулюючих заходів, які допоможуть не лише продемонструвати гастрономічні особливості країни, а й оперативно реагувати на міжнародні тенденції в цій сфері.

До ключових заходів варто віднести:

1. Проведення міжнародної рекламної кампанії у сфері гастрономічного туризму, включаючи просування українських страв за допомогою інтерактивної карти закладів гостинності, організацію міжнародних презентацій та дегустацій.
2. Налагодження партнерських відносин із державними органами, що відповідають за розвиток туризму в інших країнах.
3. Співпраця з міжнародними закладами гостинності для обміну досвідом та популяризації української кухні.
4. Організація гастрономічних фестивалів міжнародного рівня, які привертатимуть увагу іноземних туристів.
5. Створення офіційного сайту та акаунтів у соціальних мережах, що висвітлюватимуть заклади гостинності, українські страви та процес їх приготування за допомогою інтерактивної карти для залучення туристів, а також використання таргетованої реклами у соцмережах.
6. Розробка гастрономічних туристичних маршрутів на державному рівні та їх презентація на міжнародних туристичних конференціях.

7. Запровадження нормативної бази для контролю екологічної чистоти продуктів, що використовуються в громадському харчуванні.

8. Підписання угод із міжнародними туристичними агентствами для ефективного просування провідних закладів гостинності.

Важливо також створити систему моніторингу світових гастрономічних трендів, щоб оперативно реагувати на зміни в кулінарних уподобаннях споживачів. Основні кроки включають:

1. Відстеження гастрономічних трендів у світі та підготовка аналітичних звітів.
2. Розробка стратегії розвитку гастрономічного туризму в Україні.
3. Інформування закладів гостинності про сучасні гастрономічні тенденції.
4. Проведення освітніх заходів для рестораторів – лекцій, семінарів та тренінгів.
5. Оцінка ефективності впроваджених заходів для коригування стратегії розвитку.

Міжнародна співпраця відіграє ключову роль у розвитку гастрономічного туризму. Підписання угод із іншими країнами про взаємну популяризацію національних страв, а також організація фестивалів української кухні за кордоном сприятимуть зростанню туристичного потоку до України.

Один із перспективних напрямів є – створення мобільного додатку з описом українських страв, рецептами їх приготування, переліком закладів, де їх можна скуштувати, та інформацією про гастрономічні події. Додаток має бути багатомовним та доступним для завантаження на популярних платформах, таких як Google Play і App Store.

Також важливо співпрацювати зі світовими шеф-кухарями для популяризації української кухні, зокрема через кулінарні шоу та прямі ефіри. Це дозволить привернути увагу до національних страв і підвищити їх популярність у світі.

Запровадження цих заходів сприятиме зростанню туристичного потоку в Україну та ознайомленню іноземців із різноманітною українською кухнею та культурою. Поєднання гастрономічних вражень із відвідуванням культурних і історичних пам'яток зробить подорожі в Україну більш захопливими та незабутніми.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Дослідження перспектив розвитку галузі туризму в південному регіоні України дає підстави зробити наступні узагальнюючі висновки.

1. Оцінка туристично – рекреаційного потенціалу галузі півдня України свідчить про те, що країна має потужний туристичний потенціал, який складається зі сприятливих природно – кліматичних умов, в наявності є унікальні природні екосистеми, національні природні парки, ботанічні сади, заповідники. Південь України має 15 об'єктів заповідників, з яких 11 національних природних парків.
2. Завдяки можливості застосування методичних прийомів та методів, за допомогою SWOT – аналізу визначено сильні та слабкі сторони, загрози та можливості розвитку туризму. Серед сильних сторін: багата культурна спадщина, природні ресурси, розвинені сегменти туризму, гостинність місцевого населення, конкурентна цінова політика, зростаючий внутрішній туризм, динамічний розвиток ІТ-інфраструктури. Серед можливостей: розширення міжнародного співробітництва, зростання інтересу до екотуризму та сільського туризму, популяризація гастрономічного туризму, діджиталізація, розвиток подієвого туризму, розвиток медичного туризму тощо. Популярними видами туризму півдня України є понад 11 видів.
3. Аналіз показників розвитку галузі свідчить про те, що нажалі з початком військових дій на території України, а також пандемії Ковід – 19 спостерігається зменшення показників кількості операторів туристичного ринку. Однак, в цій частині південь України забезпечує понад 11 – 19% усіх потреб, і, найбільші показники – по Одеській області. Однак позитивним є те, що податкові надходження за 2023 – 2024рр.р значно виросли та мають позитивну тенденцію.
4. Оцінка попиту та пропозиції, яка базується на соціологічних опитуваннях найбільших туристичних компаній світу, які є в Україні, показує, що попит за 2022 – 2023р. виріс практично в половину, практично зникла сезонність покупки туристичних послуг, середня тривалість бронювання – 8 діб. Серед напрямів українці обирають: Турцію, Болгарію, Чорногорію, Єгипет, Грецію. В Україні

увагу зосереджена на таких курортах як: Карпати, Трускавець. Кількість діючих готелів в Україні за останні роки практично не змінилась.

5. Ставлення українців до подорожей змінилось. Вони більше розглядають внутрішній туризм, який за нашою думкою треба розвивати у перспективі. Перевага надається пішим прогулянкам – 54%, екскурсіям – 28,4% та відпочинку на пляжі – 23,1%.

6. Пропонується з метою розвтку туризму на Півдні України розвивати внутрішній туризм. Нами розроблена дорожня карта двотижневого гастрономічного туру по Запорізькій області. У поєднанні з відвідуванням культурної спадщини, музеїв, гастрономічний тур буде насичений подіями та смачний. За планом кожна дестинація (Василівка, Оріхів, Мелітополь, Бердянськ, Приморськ, Запоріжжя) має свої «коронні» страви, притаманні цьому регіону, що принесе туристам незабутні враження та фізичне задоволення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Тонкошкур М.В. Оцінка впливу окремих норм законодавства на практичну діяльність у сфері туризму. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2021. Випуск 35. С. 59-64.
2. Самодай В.П., Левковська Ж. В. Характерні особливості туристичного потенціалу України. *Економіка та суспільство*. В.53. 2023. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2641/2559> .
3. Бойко А.С., Харченко О.М. Розвиток туризму на основі рекреаційного потенціалу на території Київської області. *Причорноморські економічні студії*. В.85. 2024. URL: http://bses.in.ua/journals/2024/85_2024/26.pdf .
4. Скупський Р.М., Завгородній А.В., Долинська О.О. Туристичний потенціал України: посткризові аспекти розвитку та державного регулювання. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. Т.7. № 2. 2022. URL: <http://ujae.org.ua/turystychnyj-potentsial-ukrayiny-postkryzovi-aspekty-rozvytku-ta-derzhavnogo-regulyuvannya/>.
5. Закону про туризм: веб. сайт URL: https://zakononline.com.ua/documents/show/175340_599430
6. Рекреаційне середовище, як форма функції відпочинку населення. Веб. портал URL: <https://buklib.net/books/31948/>]
7. Туристичний Барометр 2021-2022: веб. сайт URL: <https://nto.ua/assets/files/ntou-statistics-barometer-2021-2022.pdf>
8. Еко – культурний туристичний маршрут: веб. сайт URL: <https://bessarabia.ua/kultura/132821>.
9. Туристична карта-схема Запорізької області: веб. сайт URL: <https://violity.com/ua/117582825-turistichna-karta-shema-zaporizkoyi-oblasti>.
10. Туристичний маршрут «Соляна дорога»: веб. сайт URL: <https://decentralization.uacrisis.org/solianadoroha>].
11. Методика розробки анкет: веб. сайт URL: https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php?file=/185151/mod_resource/content/1/%D0%9B%D0%B5%D0%BA%D1%86%D1%96%D1%8F%205.pdf.

12. Екологічний моніторинг проводить Міністерство захисту довкілля та природних ресурсів України: веб. сайт URL: <https://mepr.gov.ua/diyalnist/napryamky/ekologichnyj-monitoryng/stan-atmosfernogo-povitrya/zaporizhzhya/>.
13. Екологічний паспорт Запорізької області: веб. сайт URL: https://www.zoda.gov.ua/files/WP_Article_File/original/000142/142094.pdf.
14. Любченко В.В. Роль туризму у сталому розвитку в Україні: виклики та можливості для економіки. *Економіка та суспільство*. В.57. 2023. URL: <file:///C:/Users/1/Downloads/3174-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-3083-1-10-20231222.pdf>.
15. Постанова Кабінету Міністрів України від 29 липня 2009 р. № 803 «Про затвердження Порядку встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)»: веб. сайт URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/803-2009-%D0%BF#n17>.
16. Наказ Міністерства інфраструктури України від 17 листопада 2022 року № 858 «Положення про Комісію із встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)»: веб. сайт URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1527-22#Text>.
17. ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщування»: веб. сайт URL: https://dnaop.com/html/60698_2.html.
18. ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів»: веб. сайт URL: https://dnaop.com/html/29982/doc-%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3_4269_2003.
19. ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщування. Терміни та визначення»: веб. сайт URL: https://dnaop.com/html/59525/doc-%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3_4527_2006.
20. ДСТУ 4094-2002 «Послуги перукарень. Загальні вимоги»: веб. сайт URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0813-00#Text>.

21. ДБН В.2.2-9 «Будинки і споруди. Громадські будинки і споруди. Основні положення»: веб. сайт URL: <https://ips.ligazakon.net/document/DBN00019>.
22. ДСТУ 4281:2004. «Заклади ресторанного господарства. Класифікація»: веб. сайт URL: https://dnaop.com/html/34057/doc-%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3_4281_2004.
23. Туристична статистика: податкові надходження від тургалузі по регіонах: веб. сайт URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/turistichna-statistika-podatkovi-nadhodzhennya-vid-turgaluzi-po-regionah>
24. Дослідження Join UP! веб. сайт URL: <https://thepage.ua/ua/news/turizm-u-2023-roci-golovni-pidsumki-vid-turoperatora-join-up>.
25. Популярні тури Українців у 2022 – 2023р.р.: веб. сайт URL: <https://thepage.ua/ua/news/turoperator-join-up-pidbivaye-pidsumki-litnogo-sezonu-2023>.
26. Результати дослідження «Огляд готельного ринку України 2024»: веб. сайт URL: <https://ribashotelsgroup.ua/blog/rezulytati-issledovaniya-obzor-gostinichnogo-rinka-ukraini-2024/>.
27. Скільки українців подорожує країною під час війни? веб. сайт URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/skilki-ukrayinciv-podorozhuie-krayinoyu-pid-chas-viyni>.
28. Омельницька В.О. Сутність та класифікація видів гастрономічного туризму. *Приазовський економічний вісник*. 2018. №1(6). с.15-20. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/omelnycka2.htm.
29. Гастрономічна карта України. Інфогра-фіка. веб. сайт URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-other_news/2142308-gastronomicna-karta-ukraini-infografika.html.
30. Десять найсмачніших напрямків гастрономічного туризму: веб. сайт URL: <https://leisure-blog.com/desyatka-samy-h-vkusny-h-napravlenij-gastro-turizma>.
31. Давидюк Ю. В., Горшкова Л. О. Гастрономічний туризм як перспективний напрям для розвитку індустрії гостинності в Україні. *Індустрія туризму і*

гостинності в Центральній та Східній Європі. No 4, 2022. <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/tourism/article/view/1086/1026>.

32. Найкращі ресторани Запоріжжя: наш ТОП-10 закладів: веб. сайт URL: <https://vidguk.zp.ua/najkrashhi-restorany-zaporizhzhya-nash-top-10-zakladiy>.

33. Ресторани української кухні м. Запоріжжя: веб. сайт URL: <https://tomato.ua/ua/zaporizhia/cuisine/ukrainian>.

34. Корнілова В. В., Корнілова Н. В. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму. Ефективна економіка. 2018. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6112>.

35. Спеціалізований туризм : навч. посіб. / Богатирьова, Г.А. та ін.. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2021. 173 с.

36. Підгірна В. Н., Єремія Г. І., Хникіна М. В. Аналіз тенденцій гастрономічного туризму: міжнародний досвід та Україна. *Економіка та суспільство*. 2022. №37. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-37-72>

37. Потьомкін Л. М., Дишкантюк О. В., Жосан В. Д. Аналіз факторів зовнішнього середовища на розвиток ресторанного господарства Одещини в аспекті гастрономічного туризму. Economy digitalization in a pandemic conditions: processes, strategies, technologies: international scientific conference. Latvia: "Baltija Publishing". 2021. С. 53–57. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-028-5-12>.

38. Красовський С.О. Гастрономічний туризм як актуальний тренд сучасної культури. *Питання культурології*. 2021. №37. С. 169–180. DOI: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.37.2021.236018>

39. Саркісян Г. О. Роль і значення стимулювання гастрономічного туризму в структурі розвитку регіональних туристичних ринків України. *Український журнал прикладної економіки*. 2020. № 1. С. 312–320.

40. Костиця І.О., Білецька О.О. (2021). Гастрономічний туризм як інструмент культурного брендингу України. *Питання культурології*. 2021. №38. С. 301–313. DOI: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.38.2021.247174>

41. Подпоріна Н. Використання інноваційних технологій у ресторанному бізнесі. Культурологія та соціальні комунікації: інноваційні стратегії розвитку :

- прогр. міжнар. наук. конф. (17–18 листоп. 2022 р.). Харків : ХДАК, 2022. С. 103-105.
42. Силівейстр В. ТОП-13 трендів у ресторанному бізнесі у 2024 році: веб-сайт. URL: <https://joinposter.com/ua/post/restoranni-trendy>.
43. Гастрономічний туристичний шлях. Туристично-Інформаційний центр Закарпаття: веб-сайт. URL: http://www.transcarpathiatour.com.ua/marshrut_gastr.
44. Автентична Україна: веб-сайт. URL: <https://authenticukraine.com.ua>.
45. Гапоненко Г.І., Євтушенко О.В., Шамара І.М., Болото К.І. Перспективи розвитку гастротуризму України в повоєнний період. Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. 2023. № 17. С. 128–140. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2023-17-11>.
46. Гастроспадщина України. Інтерактивна карта регіонів України: веб-сайт. URL: <https://gastroheritage.com.ua/ua/site>.
47. Михайлюк О. Л., Хумаров О. А. Перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні. *Економічні інновації*. 2020. № 2 (75). С. 71–81.
48. 5 головних фуд-трендів нашого покоління: веб-сайт. URL: <https://www.village.com.ua/village/city/specials-city/281599-activia>.
49. Крикуненко І., Фещенко Р. Чемпіони гастрономічної справи. Топ-100 ресторанів України від НВ – повний список. URL: <https://life.nv.ua/ukr/food-drink/top-100-naykrashchih-restoraniv-ukrajini-vid-zhurnalu-nv-povniy-perelik-50185016.html>.
50. Михайлюк О.Л., Хумаров О.А. Перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні. *Економічні інновації*. 2020. Т. 22, Вип. 2 (75). С. 71-81.
51. Рубіш М. А., Чорій М.В., Зеленська Л. В. Гастрономічний туризм як засіб активізації туристичних дестинацій. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*. 2020. Серія Економіка. Вип. 1(13). С. 61- 66.
52. Шикеринець В.В. Передумови розвитку етнотуризму в Карпатському регіоні. Удосконалення механізмів державного управління соціально-економічним розвитком підприємств і галузей. 2012. Вип.221. С.250-261.